

ISSUE 2 | 2019

GALACTICA MEDIA

JOURNAL OF MEDIA STUDIES



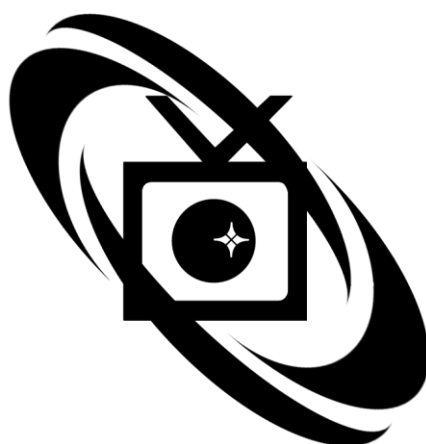
GALACTICA MEDIA

Journal of Media Studies

Scientific E-Journal

www.galacticamedia.com

No 2



2019

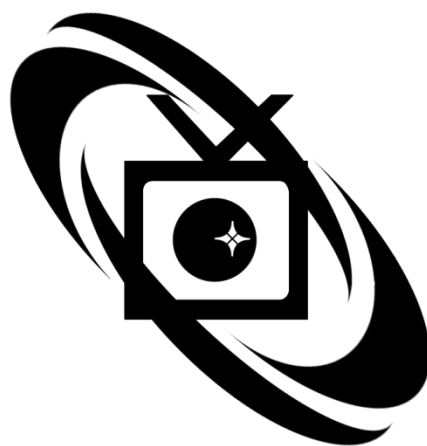
16+

ГАЛАКТИКА МЕДИА
журнал медиа исследований

Научный электронный журнал

www.galacticamedia.com

No 2



2019

Dear friends, colleagues, readers and authors!

Galactica Media: Journal of Media Studies is a periodic academic e-journal without printed forms (since 2019). The journal publishes scholastic articles, reviews, information resources, reports of expeditions, conferences and other scientific materials.

This project is a truly ambitious initiative that serves to disseminate scientific intellectual knowledge and information in the field of media and popular culture (history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.) in the modern world community.

It is not for nothing that we used the epithet ambitious, since from the very beginning of its inception and preparation, it really is such. The project was started in 2018 by a small group of enthusiasts, young scientists whose interests lie in the above-mentioned areas of research.

First of all, we have assembled a truly big international team to become the members of our editorial board, people from different parts of our “small global village” called planet Earth, as media culture theorist Herbert Marshall McLuhan put it. Our editors are leading scholars in the field of media and popular culture from Russia, USA, UK, Spain, Austria, Sweden, India, Sri Lanka, China, Malaysia, Ghana.

Therefore, we chose English (the international language of science) and Russian (as the project is an initiative of Russian scientists) as the working languages of the online journal.

Openness, no charge, and peer reviews by leading scholars are the fundamental principles of our project (Ethics). And the digital character of modern international communications made us choose the electronic version of the journal (without physical printing). Based on the above while choosing a platform we preferred an open and free engine called Open Journal Systems, which ideally allows to organize the entire publishing process.

This allowed us to automate each stage of publication through the user registration system.

The names and e-mail addresses entered on the website of this online journal will be used solely for the purposes indicated by the journal and will not be used for any other purposes or passed to other individuals or organizations.

Journal publishes articles on quarterly basis. The approximate schedule of nearest issues:

No 1 – the end of February – beginning of March of the current year;

No 2 – approximately by the end of May of the current year;

No 3 – mid-October of the current year;

No 4 – mid-December;

Our online edition is devoted to the topical issues in the field of studies of media and mass culture in the broadest coverage of: history, cultural studies, anthropology, philosophy, etc.

The title of the journal was chosen as a reference to the work of the famous theorist of media culture, Herbert Marshall McLuhan, who in his periodization of the invention and assimilation by mankind of mass communications (media) introduced the concept of "Galaxy" (Galaxy of Gutenberg, Galaxy Marconi, etc.).

Project goal: to create a virtual platform for exchange of views and discussions in the field of studies of media and mass culture. We strive to ensure that our network publishing performs an important scientific function – communication and information, which allows not only to accumulate new achievements in this area, but also serves as the basis for new discoveries and insights.

Online edition maintains its principles – to ensure the intercultural dialogue and to reduce the conflict of civilizations. It adheres to the philosophy of non-violence, cultural and religious tolerance. The editorial Board aims at removing language barriers while maintaining respect for the national culture of each nation, residing on the small planet Earth.

We accept articles in the following spheres:

History including anthropology;

Philosophy;

Theory and history of culture.

But this does not mean at all that articles and other materials of the authors written in other branches of knowledge will be categorically rejected. All materials submitted to the editors will be carefully selected and sent for double-blind review.

Which does not mean though that any article sent to the editor will be accepted for our online edition. Any unscientific or not based on facts article will be rejected by the editors.

All articles are published FREE, but the fee is not paid to the authors.

*Best regards,
Editors*

- **Certificate of registration issued by Roskomnadzor:** ЭЛ № ФС77-75215 since 07 march 2019
- Materials are intended for persons over 16 years old.

Уважаемые друзья, коллеги, читатели и авторы!

Сетевое издание Galactica Media: Journal of Media Studies является периодическим научным изданием, не имеющим печатной формы, и выпускается с 2019 года. В сетевом издании публикуются научные статьи, рецензии, информационные ресурсы, отчеты об экспедициях, конференциях и прочие научные материалы.

Данный проект является поистине амбициозной инициативой, служащей распространению научных интеллектуальных знаний и информации, посвящённых исследованиям в области медиа и массовой культуры (история, культурология, антропология, философия и т.д.) в современном мировом сообществе.

Мы не зря использовали эпитет амбициозный, так как с самого начала его зарождения и подготовки он действительно является таковым. Проект был задуман в 2018 году небольшой группой энтузиастов, молодых учёных, сферой интересов которых оказалась вышеуказанная область научных исследований.

Первым делом мы собрали по-настоящему огромную международную команду, которая представлена в редколлегии сетевого издания и охватывает большинство континентов, как выразился теоретик медиакультуры Герберт Маршалл Маклюэн, нашей «маленькой глобальной деревни» под названием планета Земля. Сюда вошли ведущие учёные в сфере медиа и массовой культуры следующих стран: Россия, США, Великобритания, Испания, Австрия, Швеция, Индия, Шри-Ланка, Китай, Малайзия, Гана.

Поэтому в качестве рабочих языков сетевого издания мы выбрали английский (международный язык науки) и русский (так как проект является инициативой российских учёных).

Открытость, бесплатность и рецензируемость ведущими учёными всех поступающих для публикации материалов являются основополагающими научными принципами нашего проекта (основные этические принципы представлены здесь). А цифровой характер современных международных коммуникаций заставил нас выбрать электронный вариант публикации статей (без физической печати). Исходя из вышеперечисленного в выборе платформы для реализации задуманного, мы остановились на открытом и бесплатном движке под названием Open Journal Systems, который позволяет идеально организовать весь издательский процесс.

Это дало нам возможность автоматизировать каждый этап на пути к опубликованию научных материалов через систему регистрации пользователей.

Имена и адреса электронной почты, введенные на сайте этого сетевого издания, будут использованы исключительно для целей, обозначенных этим сетевым изданием, и не будут использованы для каких-либо других целей или предоставлены другим лицам и организациям.

Мы выходим ежеквартально 4 раза в год. Примерное расписание выхода номеров:

№ 1 – конец февраля – начало марта текущего года;

№ 2 – приблизительно конец мая текущего года;

№ 3 – середина октября текущего года;

№ 4 – середина декабря текущего года;

Сетевое издание посвящено актуальным вопросам в сфере исследований медиа и массовой культуры в самом широком их охвате: история, культурология, антропология, философия и т.д.

Название проекта было выбрано в качестве отсылки к творчеству известнейшего теоретика медиакультуры Герберта Маршалла Маклюэна, который в своей периодизации изобретения и усвоения человечеством средств массовой коммуникации (медиа) использовал понятие «Галактика» (Галактика Гуттенберга, Галактика Маркони и т.д.).

Цель проекта: создание виртуальной площадки для обмена мнениями и дискуссий в области исследований медиа и массовой культуры.

Исходя из цели, мы стремимся к тому, чтобы наше сетевое издание выполняло важные научные функции – коммуникативную и информационную, которые послужат основой для новых открытий и озарений.

Сетевое издание выступает с позиций «идеологии» диалога культур и устранения условий конфликта цивилизаций. Оно придерживается принципов философии ненасилия, культурной и религиозной толерантности. Редакция преследует цель устранения языковых барьеров и уважительного отношения к границам национальной культуры каждого народа, проживающего на маленькой планете Земля.

Основные отрасли наук, в рамках которых могут быть опубликованы материалы в данном издании, это:

07.00.00 – Исторические науки. В том числе и антропология;

09.00.00 – Философские науки;

24.00.00 – Теория и история культуры.

Но это совсем не означает, что статьи и иные материалы авторов, написанные в других отраслях науки будут категорически отвергнуты. Все материалы, поступающие в редакцию проходят тщательный отбор и отправляются на двойное слепое рецензирование.

Вместе с тем это не означает, что любая, присланная в редакцию статья, будет напечатана в нашем сетевом издании. Любая антинаучная и не подкрепленная фактологически статья будет отклонена редакторами.

Все статьи публикуются в сетевом издании **БЕСПЛАТНО**, но и гонорар авторам не выплачивается.

*С уважением,
редакция журнала*

- Свидетельство о регистрации выдано Роскомнадзором: ЭЛ № ФС77-75215 от 07 марта 2019
- Опубликованные в журнале материалы предназначены для лиц старше 16 лет

Editorial Team Редакция

Chief Editor: Главный редактор:

Rastyam Tuktarovich Aliev, PhD in history, Senior Researcher of Laboratory for Research of Social, Political, and Cultural Dynamics of Lower Volga & Caspian Sea Region, Associate Professor at the Department of Cultural Studies, Astrakhan State University, **Russia**

Растям Туктарович Алиев, к. ист. н., старший научный сотрудник Лаборатории по исследованию социально-политической и культурной динамики региона Нижнее Поволжье и Прикаспия, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», **Россия**

Science Editors: Научные редакторы:

Sergey Nikolaevich Yakushenkov, Dr. sc, professor, Professor of the Department of Foreign History and Regional Studies, Astrakhan State University, **Russia**

Сергей Николаевич Якушенко, д. ист. н., профессор, профессор кафедры Зарубежной истории и регионоведения, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», **Россия**

Olesya Sergeevna Yakushenkova, PhD, Associate Professor at the Department of Cultural Studies, Astrakhan State University, **Russia**

Олеся Сергеевна Якушенко, к. филос. н., доцент кафедры Культурологии, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», **Россия**

Editor of the Russian Version of the Journal:

Natalya Sergeevna Kanateva, PhD, Associate Professor of the Department of World Economy and Finance, Astrakhan State University, **Russia**

Литературный редактор русской версии журнала:

Наталья Сергеевна Канатьева, к.б.н., доцент кафедры мировой экономики и финансов, ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет», **Россия**

Editors of the English Version of the Journal:

Elna Alievna Sarakaeva, PhD, Hainan Professional College of Economics and Business in Haikou, **China**

Литературный редактор английской версии журнала:

Элина Алиевна Саракаева, к. филол. н., Хайнаньский профессиональный колледж экономики и бизнеса Хайкоу, **Китай**

Isabeau Vollhardt, B.A.
Philosophy/English University of
Washington, Seattle WA graduate USA

International Editorial Board

Anna Petrovna Romanova,
Dr. sc., professor, Director of the
Institute for Studies of Southern Russia
and the Caspian Sea; Professor,
Department of Cultural Studies,
Astrakhan State University, Russia

Elena Vladislavovna Khlysheva,
Dr. sc., professor, Head of the
Department of Cultural Studies,
Astrakhan State University, **Russia**

Maksim Valerevich Kirchanov,
PhD in history, Associate Professor of
the Department of Regional Studies and
Economics of Foreign Countries of the
Faculty of International Relations,
Voronezh State University, **Russia**

Ludmila Vladimirovna Scheglova,
PhD, Professor, Head of the Department
of Philosophy and Cultural Studies,
Volograd State Socio-Pedagogical
University, **Russia**

Aleksandr Vladimirovich Pavlov,
PhD, Associate Professor, Faculty of
Humanities / School of Philosophy, HSE,
Moscow, **Russia**

Valeriy Vladimirovich Savchuk,
PhD, Professor, Department of Cultural
Studies, Philosophy of Culture and

Isabeau Vollhardt, B.A.
Philosophy/English University of
Washington, Seattle WA graduate USA

Международная редколлегия

Анна Петровна Романова, д. филос. н.,
профессор, директор института
Исследований проблем юга России и
Прикаспия; профессор кафедры
Культурологии, ФГБОУ ВО
«Астраханский государственный
университет» (Россия)

Елена Владиславовна Хлыщёва,
д. филос. н., профессор, зав. кафедрой
Культурологии ФГБОУ ВО
«Астраханский государственный
университет» (Россия)

Максим Валерьевич Кирчанов,
д. ист. н., доцент, доцент кафедры
Регионоведения и экономики
зарубежных стран факультета
международных отношений, ФГБОУ ВО
«Воронежский государственный
университет» (Россия)

Людмила Владимировна Щеглова,
д. филос. н., профессор, зав. кафедрой
Философии и культурологии, ФГБОУ
ВО «Волгоградский государственный
социально-педагогический университет»
(Россия)

Александр Владимирович Павлов,
к. юр. н., Доцент, Факультет
гуманитарных наук / Школа философии
НИУ ВШЭ, Москва (Россия)

Валерий Владимирович Савчук,
д. филос. н., профессор кафедры
культурологии, философии культуры и

<p>Aesthetics, Institute of Philosophy, St. Petersburg State University. St. Petersburg State University, Russia</p>	<p>эстетики Института философии СПбГУ. Руководитель Центра медиафилософии Института философии СПбГУ, (Россия)</p>
<p>Natalya Borisovna Kirillova, Dr. sc., Professor, Head of the Department of Cultural Studies and Socio-Cultural Activities, Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin, Russia</p>	<p>Наталья Борисовна Кириллова, доктор культурологии, заведующая кафедрой Культурологии и социально-культурной деятельности, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (УрФУ) (Россия)</p>
<p>Konstantin Alekseevich Ocheretyaniy, PhD, Senior Lecturer at the Department of Philosophy of Science and Technology, St. Petersburg State University, Institute of Philosophy, St. Petersburg State University; Fellow of the Computer Games Research Laboratory (CGRL), Russia</p>	<p>Константин Алексеевич Очеретяный, к. филос. н., старший преподаватель кафедры Философии науки и техники, ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Институт философии СПбГУ, сотрудник Лаборатории исследований компьютерных игр (ЛИКИ) (Россия)</p>
<p>Aleksandr Aleksandrovich Yefanov, PhD, associate professor of the Department of Media, Higher School of Economics – National Research University, Russia</p>	<p>Александр Александрович Ефанов, к. соц. н., доцент департамента медиа ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», (Россия)</p>
<p>Madina Tlostanova, PhD, Professor of Postcolonial Feminism, Department of Gender Studies, University of Linköping, Sweden</p>	<p>Мадина Тлостанова, д. филол. н., профессор Отделения гендерных исследований Университета Линчепинга (Швеция)</p>
<p>Amador Iranzo, PhD, Universitat Jaume I de Castelló, Communication Sciences, Faculty Member, Spain</p>	<p>Amador Iranzo, PhD, Universitat Jaume I de Castelló, Communication Sciences, Faculty Member (Spain)</p>
<p>Joan Copjec, PhD, Professor of Modern Culture and Media, Brown University, USA</p>	<p>Joan Copjec, PhD, Professor of Modern Culture and Media, Brown University (USA)</p>
<p>David Hesmondhalgh, PhD, Professor of Media, Music and Culture School of Media and Communication, University of Leeds, UK</p>	<p>David Hesmondhalgh, PhD, Professor of Media, Music and Culture School of Media and Communication, University of Leeds (UK)</p>
<p>Christophe Duret, PhD in French Studies (Université de Sherbrooke), Postdoctoral researcher at Laboratoire universitaire de documentation et</p>	<p>Christophe Duret, PhD in French Studies (Université de Sherbrooke), Postdoctoral researcher at Laboratoire universitaire de documentation et d'observation</p>

d'observation vidéoludiques (Université de Montréal, Canada), **Canada**

Neeraj Khattri, PhD, Associate Professor and HoD Seedling Institute of Media Studies Jaipur National University, Jaipur Rajasthan, **India**

Gautam Basu Thakur, PhD in Comparative Literature with Certificate in Critical Theory from the University of Illinois at Urbana-Champaign, USA. Place of Work: Associate Professor of English, Boise State University, **USA**

Li Qiao, Associate Professor in the school of communication and creative arts at KDU University College (now it is under the University of Wollongong in Malaysia), **Malaysia**

Stephen Duncombe, PhD, Professor of Media and Culture Gallatin School of Individualized Study & Media, Culture and Communication, Steinhardt School New York University, **USA**

Todd McGowan, PhD, University of Vermont, Department of English, Associate Professor (Hegel, psychoanalysis, and existentialism, and the intersection of these lines of thought with the cinema), **USA**

Theodora Dame Adjin-Tetty, PhD. Lecturer Faculty of IT and Communication Studies University of Professional Studies, Accra, **Ghana**

Wasana Maithree Herath, PhD, Senior Lecturer Department of Management Sciences Faculty of Management Uva Wellassa University, **Sri Lanka**

Robert Pfaller, Dr. philos., professor of Department of Cultural Studies, University of Art and Design Linz, **Austria**

vidéoludiques (Université de Montréal, Canada) (**Canada**)

Neeraj Khattri, PhD, Associate Professor and HoD Seedling Institute of Media Studies Jaipur National University, Jaipur Rajasthan (**India**)

Gautam Basu Thakur, PhD in Comparative Literature with Certificate in Critical Theory from the University of Illinois at Urbana-Champaign, USA. Place of Work: Associate Professor of English, Boise State University (**USA**)

Li Qiao, Associate Professor in the school of communication and creative arts at KDU University College (now it is under the University of Wollongong in Malaysia) (**Malaysia**)

Stephen Duncombe, PhD, Professor of Media and Culture Gallatin School of Individualized Study & Media, Culture and Communication, Steinhardt School New York University (**USA**)

Todd McGowan, PhD, University of Vermont, Department of English, Associate Professor (Hegel, psychoanalysis, and existentialism, and the intersection of these lines of thought with the cinema) (**USA**)

Theodora Dame Adjin-Tetty, PhD. Lecturer Faculty of IT and Communication Studies University of Professional Studies, Accra (**Ghana**)

Wasana Maithree Herath, PhD, Senior Lecturer Department of Management Sciences Faculty of Management Uva Wellassa University (**Sri Lanka**)

Robert Pfaller, Dr. philos., professor of Department of Cultural Studies, University of Art and Design Linz (**Austria**)

CONTACTS

Founder: Limited Liability Company Scientific Industrial Enterprise
“Genesis. Frontier. Science”

Address: 57, Granovskiy St. apt. 2, Astrakhan, Russia, 414038

Chief Editor

Rastyam Tuktarovich Aliev

Email: admin@galacticamedia.com

The Management of the Journal

Rastyam Tuktarovich Aliev

Email: galacticamedia@gmail.com

Journal was founded in 2019

All articles are published in the author's edition. The opinion of the editorial board may not coincide with the opinion of the authors

КОНТАКТЫ

Учредитель: Общество с ограниченной ответственностью
научно-производственное предприятие «Генезис.Фронтир.Наука»

Адрес редакции: 414038, Астраханская обл., г. Астрахань,
Грановский пер., д. 57, кв. 2

Главный редактор:

Алиев Растям Туктарович

Email: admin@galacticamedia.com

Дирекция журнала

Алиев Растям Туктарович

Email: galacticamedia@gmail.com

Журнал основан в 2019

**Все статьи публикуются в авторской редакции. Мнение
редколлегии журнала может не совпадать с мнением авторов**

Content		Содержание
General Theory	15	Общетеоретические вопросы
Konstantin Alekseevich Ocheretyany Conceptual Language of Russian Philosophy as a Tool for the Study of Mediareality	17/16	Очеретяный Константин Алексеевич Концептуальный язык русской философии как инструмент исследования медиареальности
Media Literacy Skills	42	Медийная грамотность
Ibitayo S. Popoola, Olubunmi Ajibade & Vincent Obia Ethical Dimension of Newspaper Management and Production: an Inquiry into the Failed Evening Newspapers in Lagos, Nigeria	43/44	Попула Ибитайо С., Аджибаде Олубунми & Обиа Винсент Этический аспект управления газетами: изучение провала вечерних газет в Лагосе, Нигерия.
Nkiru Comfort Ezeh & Augustine Godwin Mboso Digital Migration and Social Inclusion of Senior Citizens	62/63	Эзех Нкиру Комфорт & Мбосо Августин Годвин Цифровая миграция и социальная интеграция пожилых людей
Mass Culture	80	Исследования массовой культуры
Valterlei Borges de Araújo & Júlio César Suzuki Cultural Displacements as Political and Identity Acts: Brief Essays on Some Brazilian Cases	81/82	Араужо Вальтерлей Боржез де & Сузуки Жулио Сезар Культурное перемещение как политический и идентификационный акт: краткие очерки о некоторых бразильских кейсах
Elena Ludwigovna Iakovleva Gastronomic Practices of Salvador Dali and Media	98/97	Яковлева Елена Людвиговна Гастрономические практики Сальвадора Дали и медийная среда
Nikolai Borisovich Afanasov Disillusionment in “Game of Thrones”: Logic of TV Series, Transmedia Storytelling and Platform Capitalism	121/120	Афанасов Николай Борисович Разочарование в «Игре престолов»: сериальная логика, трансмедийное повествование и капитализм платформ

Cinema Studies	142	Исследования кинематографа
Maksym W. Kyrchanoff Soviet and Post-Soviet Serials in the Social Histories of Classical and Post-Classical Mass Cultures: Problems of Discreteness and Continuity	144/143	Кирчанов Максим Валерьевич Советские и Постсоветские сериалы в социальных историях классических и постклассических массовых культур: проблемы дискретности и континуитета
Qiao Li & Ros Jennings Contested identities: exploring the cultural, historical and political complexities of the ‘three Chinas’. Translated into Russian by O. S. Yakushenkova	170/169	Ли Цяо & Дженнингс Рос Конкурирующие идентичности: изучение культурных, исторических и политических сложностей «трех Китаев». Перевод с английского О. С. Якушenkовой
New Media and Human Communication	201	Новые медиа и коммуникации
Dmitriy Alekseevich Mazorenko Auto-modernism after Postmodernism. What does “Social” Look Like in the Digital Age?	203/202	Мазоренко Дмитрий Алексеевич Автомодернизм после постмодерна. Как выглядит «социальное» в цифровую эпоху?
Critics & Reviews	225	Критика и рецензии
Artem Vladimirovich Morozov Navigating Accelerationism: from non-Capitalism to Postcapitalism via Platforms	227/226	Морозов Артем Владимирович Навигация по акселерационизму: от некапитализма к посткапитализму через платформы
Vasilisa Vitalievna Shpot When Guilty Becomes Prestigious	244/243	Шпоть Василиса Виталиевна Когда Постыдное становится Престижным
Eduard Evgenievich Safronov Towards to the Social Theory of the Internet	261/260	Сафронов Эдуард Евгеньевич На пути к социальной теории интернета

General Theory

Общетеоретические вопросы



КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ЯЗЫК РУССКОЙ ФИЛОСОФИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ¹

Очеретяный Константин Алексеевич (а)

(а) ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7-9. E-mail: kocheretetyany@gmail.com

Аннотация

Статья посвящена поиску возможностей реактуализации концептуального языка, сложившегося в русской философии, в применении к медиареальности. Современная медиареальность в оптике социальных институции, аккумулировавших прежний исторический опыт, видится как кризисная реальность — образы, сообщения, события этой реальности представляют собой мир, который ускользает от определений теории, оказываясь слишком подвижным, слишком парадоксальным. Русская философия, заявившая о себе на рубеже XIX — начала XX века, столкнулась с тем же опытом — опытом деактуализации традиционных институций, опытом технического преобразования мира и человеческого поведения, опытом появления и умножения новых средств коммуникаций, опытом пролиферации отвлеченных начал в отсутствии цельного знания. Для медиареальности характерен парадокс: то, что для медиа становится шумом, для экзистенции является герменевтической ситуацией и, напротив, то, что для медиа является информацией — для экзистенции является герменевтическим кризисом. Именно этот парадокс лежит в основе экзистенциально-шумовой теории медиа, где кризис интеракции становится началом понимания, а точнее — условием эпистемического действия. Поскольку медиа открывают свой язык не в интерпретации, а в кризисе интеракции, в сбоях и ошибках, когда они выполняют вовсе не то, что намечено, теория должна приблизиться к пониманию экзистенциальной практики в медиа. В данной статье показано как русская религиозная философия впервые в целом ряде концептов, предложенных различными мыслителями, наметила возможность мышления о медиа, через анализ эпистемического и экзистенциального потенциала технически организованных сообществ и магико-мистического опыта, порождаемого этой технической организацией.

Keywords

Экзистенция, шум, эпистемическое действие, гносеургия, антропология, организованные тела, угасание вещности, медиареальность, ритуальные практики, космизм



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект «Концептуальный язык русской философии как инструмент исследования медиареальности» № 17-03-50159-ОГН



CONCEPTUAL LANGUAGE OF RUSSIAN PHILOSOPHY AS A TOOL FOR THE STUDY OF MEDIAREALITY

Konstantin Alekseevich Ocheretyany (a)

(a) Saint Petersburg State University, 7-9, Universitetskaya emb., Saint Petersburg, Russia, 199034.
E-mail: kocheretyany@gmail.com

Abstract

The article is devoted to the search for the potential for reactivation of a conceptual language that has developed in Russian philosophy, as applied to media realism. Modern media reality in the optics of social institutions that have accumulated previous historical experience is seen as a crisis reality — images, messages, events of this reality represent a world that eludes the definitions of the theory, being too mobile, too paradoxical. Russian philosophy, which declared itself at the turn of the XIX - early XX century, faced the same experience - the experience of deactivating traditional institutions, the experience of technical transformation of the world and human behavior, the experience of the emergence and multiplication of new means of communication, the experience of proliferation of abstract sources in the absence of complete knowledge. A paradox is characteristic of mediareality: the fact that media becomes noise, existence is a hermeneutic situation, and vice versa, what is information for the media — existence is a hermeneutic crisis. Since media open their language not in interpretation, but in a crisis of interaction, in mistakes, when they do not at all what is intended, the theory should come closer to understanding existential practices in media. This article shows how Russian religious philosophy, for the first time in a number of concepts proposed by various thinkers, outlined the possibility of thinking about media, through an analysis of the epistemic and existential potential of technically organized communities and the magical-mystical experience generated by this technical organization

Keywords

Existence, noise, epistemic action, gnoseourgy, anthropogony, organized bodies, extinction of materiality, mediareality, ritual practices, cosmism



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ВВЕДЕНИЕ

Медиа ускользают от теории. Дело не в том, что о медиа мало говорят и о медиа мало пишут: напротив, день ото дня растет число публикаций, тематических конференций, количество комментариев к авторитетным трудам. Дело в том, что сами медиа, непрерывно меняются. Особенно заметно это в эпоху, когда программные оболочки, используемых нами посредников (цифра), часто в гораздо большей степени важны для конституирования опыта повседневности, чем электронная начинка (железо). Мы неизбежно приходим к пониманию медиа как продукта, хронически открытого изменениям, т.к. программы модифицируются каждый час и с каждым новым обновлением перестают быть похожими на самих себя ранних. Медиафилософ Ф. Киттлер полагал, что судьба текста в эпоху развития новейших оптических медиа (от фотографии и кинематографа до оптоволоконных кабелей и ЖК-дисплеев), определена формой сценария (для кино) или инструкции (для использования техники) (Киттлер, 2009, стр. 20), а потому сам текст о медиа должен быть построен не на теории М. Маклюэна (медиа как расширение чувственности), а скорее на теории шумовой коммуникации К. Шеннона – У. Уивера, включающей источник информации, производящий сообщение; передатчик или кодировщик, преобразующий сообщения в сигналы, поддающиеся передаче; канал как средство передачи сигнала; декодер или ресивер, реконструирующие сообщение из сигнала; приемник, получающий сообщение. Очевидно, что сегодня текст о медиа не отвечает императиву Киттлера и не работает ни как сценарий, ни как программа. Более того, нет и текста как такового, поскольку в ситуации медиа нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, теории превращаются в проекты, а текст из законченного и осмысленного сообщения — в безостановочное письмо: программа открыта обновлениям, сюжет — актуально виртуален, т.е. все чаще определен сериальным форматом. Означает ли это, что дискурс о медиа — отдельная, во многом фантастическая дисциплина, которая никак не соотносится с дискурсом самих медиа? Что теория медиа лишь шум? Или как раз шум остается главной составляющей теории медиа? Если мы всерьез отнесемся к формуле М. Маклюэна («медиа есть сообщение») и «шумовой» ее поправке (К. Шеннона – У. Уивера – Ф. Киттлера) в ситуации, когда медиа мыслят, чувствуют и живут нами, а сообщение о медиа ничего не сообщает (поскольку не поспевает за их стремительным изменением), то не придем ли мы к



выводу, что истина о медиа субъекту как он есть (как он сформирован медиа) недоступна и станет доступна только если субъект, претерпит ряд изменений, которые для самих медиа будут чередой ошибок («шумов») в работе? Не должен ли сам субъект в таком случае стать «шумом», не есть ли это его экзистенциальный ответ на вызов медиа?

3. Фрейд научил нас внимательно относиться к оговоркам и опечаткам, поскольку в сбое доведенных до автоматизма повседневных практик может открыться механизм их работы. Ж. Лакан, уточняя позицию Фрейда, полагает, что в недостатке открывается сам избыток, то Реальное которое никогда не может быть исчерпано ни воображением, ни сложными символическими построениями. В сбое дискурса медиа открывается их реальность, а, следовательно, и та реальность, которую они производят для нас, т.е. ошибки в работе медиа, во-первых, становятся основанием для изменения субъекта и, во-вторых, дают ему доступ к пониманию медиа. Любой дискурс о медиа, хоть он и запаздывает по отношению к дискурсу самих медиа не является фантастической конструкцией: его сила измеряется способностью заставить медиа отвечать на те вопросы к которым они не подготовлены: дискурс о медиа — это не сюжет и не программа, это способ поставить по отношению к медиа те вопросы, которые сами они не могут задать и вынудить их к тем ответам, которые выходят за границы доступного медиа смыслообразования. Но это означает, что вопрос о медиа задается не столько теорией, сколько экзистенциальной практикой, задается не текстом, не мышлением только, но самим существованием в медиа. Возможно медиа открывают свой язык не в интерпретации, а в кризисе интеракции, в сбоях и ошибках, когда они выполняют вовсе не то, что намечено. И тогда теория должна приблизиться к пониманию экзистенциальной практики в медиа.

2. РУССКАЯ РЕЛИГИОЗНАЯ ФИЛОСОФИЯ — СОВРЕМЕННОЦА МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ?

Чем сильнее и масштабнее кризис современности, тем глубже в истории приходится искать его истоки и, следовательно, рецепта его разрешения. Современная медиареальность видится сознанию, сформированному социальными институтами, аккумулировавшими прежний исторический опыт как кризисная реальность, как реальность без эпистемы, реальность, в которой не является доминантной (или даже общей) ни одна модель знания, ни одна форма коммуникации, ни один поведенческий тип: реальность, лишенная



единства предстает как реальность разрывов и швов — образы, сообщения, комментарии, заметки этой реальности представляют собой мир, который ускользает от определений теории, оказываясь слишком подвижным, слишком парадоксальным. Русская философия, заявившая о себе на рубеже XIX — начала XX века столкнулась с тем же опытом — опытом деактуализации традиционных институций, опытом технического преобразования мира и человеческого поведения, опытом появления и умножения новых средств коммуникаций, опытом пролиферации отвлеченных начал в отсутствии цельного знания. В конце XIX — начале XX века, изобразительное искусство постепенно отказывается от репрезентативности, а музыкальное — от традиционной тональности; в математике подвергается ревизии понятие числа; в физике пересматриваются базовые положения о пространстве и времени; само понятие материи становится сомнительным; психология делает «я» неопределенным и колеблющимся, открывая мощь бессознательного; на бытовом уровне вещи больше не выражают усилия в них вложенные — гордость и славу индивида, его духовную биографию, а предстают скорее продуктом отчужденного труда; социальный индивид растворяется в потоке масс; новые технические формы организации опыта радикально меняют восприятие мира. Все эти перемены лежат у истоков нашего времени, мы современники этих перемен, поскольку по мере технического прогресса время все больше ускоряется, пространство все больше сжимается, способы установления причинно-следственных связей модифицируются, а опыт стремительно мутирует в пролиферации гаджетов, интерфейсов, и новых гибридных связей между ними.

Русская философия в своем возникновении стояла у истоков этих изменений, была их современницей, но ее традиция была в определенном смысле прервана: по крайней мере, русскую религиозную философию, обычно видят, как замкнутый в себе продукт эпохи. Тем не менее эта замкнутость отражает не «законсервированность» русской философии, а ее сосредоточенность на онтологическом истоке перемен: деактуализации традиционных институций, технического преобразования мира и человеческого поведения, возникновения новых средств коммуникаций, новых технически организованных обществ, и новых форм опыта, которые им соответствуют. Русская философия и современная медиареальность парадоксальным образом возникают одновременно, а в своей замкнутой сосредоточенности русская философия сохраняет то внутреннее единство языка, к которому в постановке вопроса о



медиа и творимой реальности еще только предстоит приблизиться. Попытаемся приблизиться к этому языку через анализ его единиц-концептов, предлагаемых русскими философами, а заодно — покажем как русская религиозная философия впервые в целом ряде концептов, предложенных различными мыслителями, наметила возможность экзистенциально-шумовой теории медиа, где кризис интеракции становится началом понимания, а точнее — условием эпистемического действия.

3. ПАРАЗИТИЗМ КАК ПАРЕССИЯ: К ВОЗМОЖНОСТИ ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНО-ШУМОВОЙ ТЕОРИИ МЕДИА.

В ситуации информационного взрыва особенно важен вопрос выживания — вопрос о техниках себя, заботы о себе, который неоднократно ставился и в традиции античной философии, и в традиции средневековой христианской мысли, и в традиции философии подозрения (Ницше, Фрейд, Маркс). В XX веке техники себя во многом противопоставляются системе стратегических ориентиров, установленных властью-знанием (например, медиареальностью), что возвращает вопрос о соотношении субъекта и истины, вопрос о том, как должен измениться субъект для получения доступа к истине и какое обратное воздействие произведет истина на субъект. Диалектика медиа такова, что чем больше человек вовлекается в используемые им средства коммуникации, тем в большей степени он сам становится для них средством коммуникации: в ситуации информационного перепроизводства (взрыва) человек выступает скорее переносчиком, чем источником информации. Не желая, чтобы медиа паразитировали на нем, пользователь сам начинает паразитировать на медиа. Пользователь видит истину лишь в своем свободном существовании, а свою свободу (парессию) лишь в смешении устоявшихся кодов (паразитизме), в троллинге, в багах, в glitch'e — отсюда высокое значение кибердивиаций. Шум в информационном пространстве становится экзистенциальным форматом: действия, вносящие хаос в устойчивые структуры коммуникации, становятся требованием бытия от первого лица, условием сопротивления тотальной оцифровке, осетвлению, репост-колонизации и лайк-сегрегации, т.е. отказом от бытия-аватаром Другого.

То, что для медиа становится шумом, для экзистенции является герменевтической ситуацией и напротив, то, что для медиа является информацией — для экзистенции является герменевтическим



кризисом. Отсюда и требование к существованию в медиа: поскольку субъект — эпифеномен медиа, т.е. продукт формирующих его медиальных практик, то для того, чтобы быть-для-себя-и-для-других, но не для Другого (суммы медиальных практик) — он должен перевести себя в шум, стать помехой, ошибкой, глитчем. Поскольку коммуникативное взаимодействие в медиа строится по принципам производства дисфункций, т.е. вопреки предполагаемому формату через умножение абсурда, парадоксов, контринтуитивных действий и т.д., теория, касающаяся практик существования в медиа, возможна только исходя из аналитики конкретного взаимодействия в медиа, которые чаще всего не распознать иначе как шум. Современные теории медиа, в большинстве своем, претендуют на то, чтобы понять функции медиа, но гораздо более важно понять способы существования в медиа — додискурсивые, допредикативные, контринтуитивные, шумовые. Как возможно к ним подступиться? Именно русская философия в своем антирационализме и антиэмпиризме выработала ряд таких подходов как раз в отношении техники, сообщества и общения (т.е. по сути к теории медиа) — акцентировав внимание не на субстанциональном или функциональном аспекте указанных предметов, но на энергийном и софийном (т.е. на мистико-магико-ритуальной стороне дела).

Для начала обратим внимание на тезис: то, что для медиа является информацией — для экзистенции является герменевтическим кризисом. Современный человек чувствует невыносимую легкость бытия от растворения в информационных потоках. Ситуация меняется каждую минуту, интерфейсы программ меняются каждый час, каждый день возникает необходимость установить новую программу, а каждый месяц — купить новый гаджет. Изобильная насыщенность информационного поля, императивы, выдвигаемые современными коммуникационными технологиями, возвращают к ситуации кризиса репрезентативности и коммуникативности — все больше сообщений, образов, остаются без референции, поскольку ее часто невозможно обнаружить под пеной произведённых эффектов, все больше событий остается без внимания. Невроз поиска истоков снимается тем, что эффекты становятся более интересными, чем причины, которыми они вызваны: наиболее привлекательным оказывается то, что вызывает удовольствие или боль, другое в ситуации информационной перегрузки просто выходит за сферу внимания. В ситуации репрезентативного, коммуникативного, герменевтического кризиса ценным (т.е. истинным) остается не понятие, а существование, т.е. то, что дает



чувство присутствия, эмоциональной задетости, интеллектуальной сопричастности, значимости предпринятых действий. Именно этот аспект выделяется русскими философами в понятиях «организации» («общего дела» Н. Федорова, «софийного хозяйствования» С. Булгакова, «тектологии» А. Богданова), в понятиях «общения» («соборности» С. Франка, «организованные тела» Н. Бердяева, «храмовое человечество» Е. Трубецкого), трансформации предметов и личностей («персоналистическая революция», «бестиализм», «угасание вещности» Н. Бердяева, «телесность образа» Е. Трубецкого)

Теперь уделим внимание другому тезису: то, что для медиа становится шумом, для экзистенции является герменевтической ситуацией. Действительно, все перечисленное (присутствие, задетость, сопричастность, значимость действий) часто для медиа неважно — поскольку является скорее маргинальным феноменом: представлено в формате компьютерной игры, видеоблога, фейк-контента и т.д. Имагинативное становится более привлекательным, чем дискурсивное: не аргумент, а фантазм обращают на себя внимание. Цифровую реальность уже невозможно описать в традиционных эпистемологических категориях. Различие истины и лжи, факта и фейка в этом жизненном мире перестают быть продуктивными, поскольку для того, чтобы попасть в поле внимания потенциального читателя истина должна быть оформлена как ложь. Фейк-формат, поскольку он в отличие от скуки повседневности обещает новое как таковое, интригу, радикальную позицию, становится образцом для подачи фактической информации. Неразличимость факта и фейка создают прецедент, гибридный феномен — фейкт, как новую единицу смысла цифровой реальности. Фейкт – это то, что получает действительность за счет привлечения внимания, за счет количества просмотров, за счет воли других. В случае фейкта работает не теория истины как соответствия и не теория истины как эффективности, а теория истины как эффектности – драматическая теория истины: истинно то, что получает мое внимание, мое сознание, мое тело, истинно то, что существует за счет моего сознания и моего тела, истина в переживании. Онтологическая нагота присутствия и открытость драматической теории истины подчеркивается понятиями: «бестиализм», «антропогония», «угасание вещности» Н. Бердяева, «гносеоургия Н. Федорова».

Понятия русской философии в применении к сфере медиарельности позволяют понять, что шум становится экзистенциально важен, а информация экзистенциально безразлична, и именно это предпочитают не замечать медиатеоретики. Ключевой



проблемой при исследовании медиа является гипостазирование рационалистического и эмпирического подходов: за эстетикой, поэтикой, формой, историческим происхождением и политическим влиянием медиа упускаются конкретные способы существования в них обнаруживаемые. Уникальные ситуации межчеловеческого взаимодействия в условиях медиареальности, по преимуществу маргинальны, но эта маргинальность стремительно ассимилируется медиа, превращаясь в доминантный формат. Те, кто сопротивляются медиа, оставляют свое тело в качестве набора инструментальных и коммуникативных практик, без перенимания которых в медиа больше не войти. Пример тому, фигура геймера, бывшая маргинальной и даже ассоциальной, но ставшая королевской фигурой медиареальности. Сегодня, хотим мы того или нет, мы все геймеры, поскольку процессы инфотейтмент и геймификации внедряются во все сферы существования, а современные гаджеты неотличимы от игровых контроллеров: от них требуют не только понятности, но и аудиальных, визуальных, тактильных эффектов, характерных скорее для компьютерной игры.

Русское философское мышление оказалось способно увидеть паразитизм как парессию и тем самым (по крайней мере, в потенции) обосновать экзистенциально-шумовую теорию медиа, поскольку в глубинных своих интуициях антиэмпиристично и антирационалистично.

«Русское мышление абсолютно антирационалистично. Этот антирационализм, однако, не идентичен иррационализму, т. е. какой-нибудь романтической и лирической размытости, неясности, логической недифференцированности духовной жизни, а равно он не означает и неприятия точной науки вообще или неспособности к ней. [...] Русский антирационализм как раз означает, что русский дух сопротивляется способности в одной лишь логической очевидности и логических взаимосвязях усматривать выражение окончательной и полной истины. В этом смысле можно сказать, что русский дух решительно эмпиричен: критерий истины для него — всегда в конечном счете опыт. Но мы тотчас же заметим принципиальное различие между английским и русским эмпиризмом: оно совершенно недвусмысленно выражено в философской литературе обоих народов. Для английского эмпиризма опыт равнозначен чувственной очевидности: он без остатка раскладывается на комплекс данных чувственного восприятия;



что-то «узнать» означает в английском смысле – натолкнуться на что-то внешнее, доступное благодаря чувственному восприятию. Решительно иной смысл имеет русское понятие опыта. Опыт означает для русского в конечном счете то, что понимается под жизненным опытом. Что-то «узнать» – означает приобщиться к чему-либо посредством внутреннего осознания и сопереживания, постичь что-либо внутреннее и обладать этим во всей полноте его жизненных проявлений» (Франк, 1992а, стр. 475-476).

Итак, четыре необходимых момента, на которые обращает внимание экзистенциально-шумовая теория медиа:

1. Информационное перепроизводство порождает герменевтический кризис
2. Имеющим ценность и смысл является не то, что облечено в понятийно-дискурсивную форму, а то, что дает чувство присутствия, эмоциональную задетость, интеллектуальную сопричастность, значимость предпринятых действий.
3. Знание есть приобщение, оно достигается не отстранением от события, а душевнотелесным укоренением в нем.
4. Потребление информации становится вживанием, т.е. информация не является значащей, если в ее производстве не участвует субъект, если он не комментирует, не распространяет, не документирует ее. Таким образом действия субъекта из прагматических становятся эпистемическими — не создают нечто, но объясняют, что собственно создается, что делается.

Все эти моменты заявлены в концептуальном языке русской философии, что позволяет реактуализировать ее ресурс в применении к дискурсу медиа.

4. МИСТИЧЕСКИЙ МАТЕРИАЛИЗМ МЕДИАРЕАЛЬНОСТИ

В «Письмах об эстетическом воспитании человека» (1793–1794) Ф. Шиллер рассуждает об утопии эстетического государства, которое должно прийти на смену правовому и этическому государству: если первые два типа государств строились на практике и на знании, то эстетическое государство будет устроено на принципах игры, как



ведущего побуждения человека и, одновременно, истока всех возможных искусств. По Шиллеру деятельность должна быть освобождена от варварского состояния, т.е. должна вспомнить о самой себе и пробудиться от утилитарно-прагматического сна, пусть это даже и был сон в форме разума. Т.е. деятельность перестанет быть специализированной и возрастет запрос на непрофессионалов. «Джорджио Агамбен на примере святого Павла описывает навыки и знание, необходимые для того, чтобы стать профессиональным апостолом. Знание это – мессианское, то есть знание о том, что знакомый нам мир подходит к концу, что время на исходе, что его нехватка обесмысливает любой род занятий, требующий стабильности мира и перспективы протяженного времени. Сама же профессия апостола, пишет Агамбен, заключается «в постоянном отрицании какого-либо дела», от себя добавим — в депрофессионализации всех профессий. Сжимающееся время обедняет, опустошает все культурные знаки и занятия, сводит их до нуля» (Гройс, 2012а, стр. 39). Если мы сопоставим эстетическое государство Шиллера с современной медиареальностью, то поймем, что здесь профессионализм также скорее вредит делу, ведь ситуация стремительно меняется, а обремененный знанием, просто не успевает к ней подготовиться. Антропотехники, чьи коды были перемешаны взрывом информационной сверхновой, могут быть мобилизованы только целесообразностью без цели, обнаруживаемой в игре. Однако, русские философы показывают, что игру эту необходимо понять в религиозном, а не в эстетическом формате, т.е. в формате ритуала, а не в формате иллюзии, ведь речь идет не только о разрушении мира, но и его построении. И в этом смысле современные теории медиа, которые делают ставку на эстетизис (то, что позволяет увидеть медиа) или ноэзис (то, о чем информирует медиа), упускают собственно мистическую сторону медиареальности — ту ситуацию, в которой любое видение и любое познание не имеет значения, если она не произведена деятельностью субъекта, прибегшему к средствам медиа. Игра должна быть не просто не утилитарным действием, она должна стать эпистемическим действием, ведь если информация о событиях меняется так быстро, что непонятно к чему приведет деятельность, то необходимо самим фактом деятельности объяснить, что собственно делается сейчас — традиция русской философии показывает, что такая замкнутая на себе, но обладающая герменевтическим ресурсом деятельность, игра, данная не в модусе представления, а в модусе воли, есть скорее ритуал. Т.е. «эстетическое государство» — аналог медиареальности как общество спектакля, «храмовое человечество»



— аналог медиареальности как общества гносеургии, или деятельного знания. «Эстетическая стадия» должна сменить «религиозной стадией»; знание должно быть не утилитарным, но творящим, не действием и не праздностью, но творением.

В чем же слабость собственно «эстетической стадии»? Ведь также, как и эстетическое государство Шиллера, современная медиареальность освобождает от всех традиционных стихийных связей — т.е. слова, образы, события, освобождены от всех объясняющих типов связей от всех нарративных, имагинативных, репрезентативных институций, существовавших в качестве антропотехник? Т.е. медиареальность как «эстетическое государство» — это организация новых связей, новое творение человека, общество, мира? В действительности понятие «игры» довольно продуктивно для этой реальности, но в игре выделяется лишь один момент — антиутилитарный, и не выделяется момент эпистемический, гносеургический. Чистый разум длительное время противопоставлялся нечистой силе, а потому медиареальность интерпретировалась как возвращение вытесненного. Русская философия показывает, что в новом типе связей вещей, лиц и предметов, организованных «искусством-техникой» (по Н. Федорову) или «софийным хозяйствованием» (по С. Булгакову), не просто возвращается вытесненное, а разворачивается онтологически свернутое, т.е. дается мистическое откровение самой материи, происходит угасание вещности (по Н. Бердяеву) и высвобождение творящих энергий. Именно поэтому «игра» должна понимать не как антидело, а как сверхдело и быть не просто антиутилитарной практикой, но практикой мироустроющей (т.е. достигать масштабов ритуала, или по версии Н. Федорова — гносеургии).

Характерно, что после диагностированной Ф. Ницше «смерти Бога», т.е. деактуализации всех метафизических ценностей, существовавших в рамках европейской культуры, нигилизм, преодолевался прежде всего эстетическим сознанием. В игре всякая деятельность виделась как бы спасенной, заново обретший смысл, но только в «спасенной» игровой форме (как иллюзия). Мир предполагалось оправдать как эстетический феномен (пусть и трагического толка), а высшим эстетическим достижением виделся Gesamtkunstwerk — романтический проект объединения искусств (изобразительных, театральных, музыкальных), в котором синтетический опыт целого превышает сумму воздействия, входящих в него средств художественного высказывания, и претендует на то, чтобы быть не столько эстетическим (опытом формы/опытом



предела), сколько мистическим опытом (опытом запредельного). Gesamtkunstwerk по сути стал продолжением мистического ритуала иными технологическими средствами и, одновременно, образцом для всех последующих синтезов искусств — от кинематографа до аудиовизуальной компьютеризированной реальности новейших медиа. И не удивительно, что теории медиа предпочитают описывать продукты современной реальности как поэтические и как эстетические объекты. Однако, уже Ницше высказывался против вагнеровского проекта, видя в нем не торжество искусства, а торжество искусственности, ведь за мистериализацией эстетического исчезал собственно эстетизис мистики как видения невидимого, чувствования привычно нечувствуемого, осознания того, что от сознания ускользает — этот эстезис мистики и есть само существование, которое любит скрываться за понятием, за образом, за символом, в материи и для раскрытия которого нужна реальная практика: «общее дело» (Н. Федоров), «софийная экономика» (С. Булгаков), или в поздних уже не богочеловеческих, а человекобожьих версиях — «овладение временем» (В. Муравьев) и «тектология» как всеобщая организационная наука (А. Богданов).

Во всех этих подходах деятельность понимается мистически и одновременно материалистически. Мистический материализм, говорит о нередуцируемости ритуальной (космической) размерности действия к социальным конвенциям, к практической деятельности и эмпирическим результатам, утверждая, параллельно, наличие магической ауры в социальных отношениях («соборность» А. Хомякова и С. Франка), мистику практической деятельности («софийность» техники С. Булгакова, П. Флоренского, Е. Трубецкого) и надэмпиричность результатов (идеал-реализм Н. Лосского). Утопический проект Шиллера, где практика освобождена от культурно-исторических традиций и существует только для самой себя в формате игры, был построен на интуициях кантовской философии. Примечательно, однако, что в кантовской формулировке идеи красоты как целесообразности без цели, которая была перенесена на особую постисторическую формацию (эстетическое государство как государство без государства, поскольку оно живет по принципам игры) Шиллером была выделена эстетическая сторона и затемнена сторона эпистемическая. Для Канта целесообразность без цели не только принцип «переживания красоты», но и принцип «переживания красоты», т.е. принцип познания. В своей по преимуществу антикантианской направленности (достаточно вспомнить, что для русской традиции «игро Кант», по словам Н.



Федорова, мыслилась как страшнейшая тюрьма духа) русская философия доводит принцип «переживания красоты» до другой крайности — из «переживания красоты», превращая его в принцип «переживания красоты», но не как принцип познания только, а как принцип деятельности (или деятельного познания — гносеургии). Эстезис мистики, о которой говорит русская философия, это неразделённые искусство-техника, как софийная деятельность (С. Булгаков, Е. Трубецкой), как то, чем искусство должно быть (Н. Федоров), а именно не искусством подобию и мнимого художественного восстановления, а искусством действительности.

С. Кьеркегор выделял три стадии человеческого существования: эстетическую, этическую, религиозную. Эстетическое существование — существование где исключительно имманентное представлено как значимое, и только потому, что оно имманентно (принадлежит тому, что сейчас есть); этическое существование — существование, где исключительно трансцендентное представлено как значимое и только потому что оно трансцендентно (принадлежит тому, что должно быть); религиозное существование — существование где имманентное представлено как трансцендентное, а трансцендентное представлено как имманентное, и именно поэтому бытовое значимо как бытийное, а бытийное возможно как бытовое. Русская философия предельно приближена к пониманию существования на уровне религиозной стадии — т.е. трансцендентное мыслится как имманентное, а имманентное как трансцендентное: повседневность хранит в себе магические и мистические тайны, само существование есть такая тайна, которая неизбежно будет освобождена от всех объясняющих ее конвенций, окажется больше всех существующих интерпретаций. Что имеется в виду под таким пробуждением? Модификация и радикализация кантовско-шиллеровских установок. Игра как деятельность возвращенная к самой себе и избавленная от рабства утилитарного состояния — это не только прагматическая деятельность (т.е. деятельность определенная отрицательно), это эпистемическая деятельность (т.е. деятельность определенная положительно): игра не просто эмансипирует от деятельности природных сил в человеке, она эмансипирует прагматические действия от их традиционных целей для введения в иные контексты и делает это для познания уже не природного ресурса, не «естественного тела человека», а культурного ресурса, познания «искусственного тела человека», всего арсенала антропотехник, возникших в культуре и претерпевших кризис информационного перепроизводства.



5. ОРГАНИЗОВАННЫЕ ТЕЛА: ТЕХНИКИ АНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО КОДИРОВАНИЯ

Организационные проекты русской философии и их мистический материализм — реакция на эстетические проекты (ставшие прообразами современной медиареальности), где игра освобождает от традиционных установок и господствующих конвенций все формы и все смыслы (переводя их в неутилитарный формат), но не позволяет использовать эту эмансипацию в продуктивном ключе. Концептуальный ресурс русской философии в применении к медиареальности позволяет показать, как использовать эту эмансипацию продуктивно. Следует помнить, что искусство-техника для русской философии есть экзистенциальная практика. С. Л. Франк отмечает:

«мы должны обратить внимание еще на одну область техники в широком смысле слова, т. е. умения управлять силами земного бытия и подчинять их своей воле. Под техникой обычно разумеют только умение управлять внешними человеку силами природы; часто совсем не замечают, что необходимо также известное умение, т. е. техника управления силами самой человеческой природы» (Франк, 1992b, стр. 454).

Но как экзистенциальная практика искусство-техника ведет к деятельному познанию, к гносеоургии, т.е. ведет не к гносеологическому анализу, а к онтологическому анализу — высвобождению энергий, которые связаны в заданных природой или культурой формах существования, и не к гносеологическому синтезу понятий, но к синтезу новых структур бытия — организованным телам. Поскольку в материи (в т.ч. в языке, в образах, в общественных формациях, коллективных фантазиях и т.д.) дремлют непознанные еще силы, вся деятельность человечества на определенном этапе ее развития должна перейти в деятельность по освобождению этих сил. Т.е. каждая новая технология будет технологий эмансипации человека от природы, от культуры как системы конвенций, от его собственной ограниченности, и будет вводить его во все более сложноорганизованный технически- и социально- мир, а в мире этом любое искусство будет не только миметическим действием, но и онтологическим творением, любая техника — не только средством-органом, но и новым органом человеческого духа, любая коммуникация не общением, а приобщением, т.е. сопереживанием на



уровне доступном новому искусству и новой техники, модифицирующий язык, мышление, воображение.

Любая технически организованная система по мере увеличения комплексности достигает энергий все более элементарных. Освобождение этих энергий ставит человечество перед новыми вызовами. Если первая промышленная революция лишь освободила силы воды и пара, то вторая (введя конвейер и разделение труда) уже сжала пространство и ускорила время. Третья промышленная революция завоевала жизненный мир, переведя его в цифру. Информационные технологии в ходе третьей промышленной революции не стали подспорьем человека в битве за досуг, не приблизили к нему технику, а напротив технизировали человека, выдвинув новые требования к памяти, менеджменту внимания, репрезентации желаний. Четвертая техническая революция и вовсе угрожает изменить производство настолько, что оно превысит возможности понимания.

Н. Бердяев, по сути, первый продумал теорию организованных тел как сообществ, позволяющих удерживать опыт для индивида разрушительный. Если рассматривать отдельные тела как типы собранности реальности, то можно наметить три наиболее значимых типа: реальность может быть собрана в неорганическом теле, в органическом теле, в организованном теле. Каждый тип собранности представляет собой также определенный способ удерживать творящие энергии. Известно, что органические тела используют неорганические тела (вещества) для своего функционирования: органические тела как бы освобождают энергии, скрытые в телах неорганических, но такое освобождение видится как разрушение неорганических тел. Организованные тела, по видимости, занимаются разрушением органических тел, но по сущности, для своего функционирования они освобождают энергии, заключенные в телах органических. И это освобождение может стать путем возвращения духа к самому себе (Бердяев, 1994, стр.345). Согласно Бердяеву, начавшаяся с Канта критика разума, разоблачила его объективированные формы. Оказалось, что замкнутые феноменальным миром мы принимали объекты — продукты нашего разума, за сами вещи. Новая критика должна пойти дальше, она должна поэтапно стать критикой символов и знаков, стать критикой субъект-объектных отношений и, наконец, стать критикой вещей самих по себе для того, чтобы обнаружить в них нетварные энергии творящей природы: энергии остыли в вещах, и подобно тому, как современная техника может освободить энергию из материи, современная критика должна освободить дух от вещности,



возвратить ему его собственные силы. Но, и в этом тезисе, наиболее ярко обнаруживает свою интенцию критический проект Бердяева: сама техника если достигнет нового уровня (уровня медиа?) стать такой критикой – критикой вещей самих по себе, ради обнаружения в них нетварных энергий.

По сути, Бердяев предвидит ту ситуацию, которая характерна для современной медиареальности — ситуацию эмансипации слов, вещей, образов от старых типов связи.

«Наш диалог с миром всегда базируется на определенных философских предпосылках, определяющих его медиум и риторическую форму. В наши дни этот диалог ведется преимущественно посредством Интернета. Если мы хотим задать миру вопрос, мы выступаем в качестве пользователей, а если мы собираемся дать ответ на вопрос, заданный нам миром, мы становимся контент-провайдерами. В обоих случаях наши действия определяются специфическими правилами и методами, с помощью которых можно ставить вопросы и давать ответы в рамках глобальной Сети. В настоящее время эти правила и методы в основном диктуются поисковой системой Google. Google сегодня играет роль, традиционно выполнявшуюся философией и религией. Это первая известная философская машина, которая регулирует наш диалог с миром путем замены смутных философских и религиозных предпосылок строго формализованными и универсально применимыми правилами доступа к информации. [...] Каковы же правила диалога с миром, предлагаемые нам Google? Согласно этим правилам, любой вопрос должен быть сформулирован в виде слова или комбинации слов. Ответ на него представляет собой множество контекстов, в которых механизм поиска обнаружил это слово или комбинацию. Следовательно, для Google легитимный вопрос — это вопрос о знамени и отдельного слова, а легитимный ответ — это демонстрация всех доступных контекстов, где оно встречается» (Гройс, 2012b, стр. 374-375).

Сказанное характерно не только для слова — но и для образов, вещей и событий. В медиареальности истинный смысл слова не в его культурно-исторической эволюции, а в сумме всех возможных контекстов (поскольку любая компьютеризированная поисковая система ищет слово скорее в контекстах), изображения закреплены не традицией их использования, а скорее их интерпретацией в мемах,



популярных Instagram-аккаунтах и т.д., а события — неважно эмпирическую, нарративную или имагинативную они имеют природу в цифровом формате, освобождены от раз и навсегда утвержденного за ними смысла. Все становится как бы «плавающим», подвижным, контрдискурсивным: информация видится как шум, а спасение от информации, напротив, видится в шуме, который получает экзистенциальный смысл.

Н. А. Бердяев полагает, что современная техника действует разрушительно на исторически-сложившиеся общности и, тем не менее, в этом разрушительном воздействии видится не негативная, а продуктивная сила техники. Техника, разлагая неорганические и органические тела, удерживает освобожденные энергии на новом уровне в форме организованных тел: эти энергии освобождаются от вещиности и становятся открыты непосредственному опыту, открывая самому человеку выход за границу феноменального мира, открывая доиндивидуальные состояния и допредикативный опыт. В перспективе техника способна создать такую реальность, которая обеспечит причастность творящим энергиям, а, значит, даст освобождение от пространства, времени, объективации, в конечном счете, от смерти. Речь идет не только об оцифровке опыта и сопутствующих изменениях, но и о том мире, который может быть открыт этим опытом — о мире, где шум преодолевается исключительно собственным действием, которое имеет публичные и даже космические масштабы, где мир перестает быть продолжением взгляда и становится продолжением кожи (М. Маклюэн, Д. де Керкхов), пронизанной движениями боли и наслаждения общими для вселенной и человека (П. Брюкнер, Н. Больц) (Больц, 2011, стр. 45). В таком мире важным становится общность дела — эпистемическое действие.

6. СИЛА ЭПИСТЕМИЧЕСКОГО ДЕЙСТВИЯ

Если усложняющиеся технически организованные системы способны высвободить более простые энергии, то сложность современных цифровых техносоциальных приводит к тому, что они высвобождают энергии, которые сопротивляются прежним формам рационального понимания и коммуникативного взаимодействия. Обнаруживается новое основание общности — по ту сторону дескрипций и концепций. Принимая во внимание, что современные технические факторы коммуникации ускоряют потоки информации, развеществляют события, делают факт неотличимым от фейка, не



остается времени понимать, создавать комментарий, необходимо реагировать – эмоция, а не понятие, становится принципом понимания. По существующим оценкам, четвертая техническая революция изменит производство настолько, что оно превысит возможности понимания. Мы просто не будем успевать за логикой развертывания производственного процесса. Человечество в поисках легко обозримого мира может уйти в мифологию, что происходит уже сейчас. Когда в ситуации информационной перегрузки спасительную оболочку предоставляет только миф — малые идеологии (сериалы, комиксы, компьютерные игры), для приручения этого мифа, для выработки адекватного ему языка необходимо новое храмовое действие (организованные тела, созданные осетевлением и оцифровкой), или точнее необходимо понять цифровую медиареальность как то условие антропологического кодирования (антропогонии), которое сейчас, как когда-то храм, производит человеческое в человеке, настраивая параметры его чувственности, определяя его опыт мира и способы эмоциональной открытости к нему. Сеть — становится новым храмом, цифровая коммуникация новым ритуалом, а образы, как единицы цифровой коммуникации — новыми иконами.

М. Маклюэн, анализируя в своей знаменитой книге «Понимание медиа» (1964) эстетику телевизионного образа, отмечает, что эффективность работы с образом у русских в условиях «холодной» (в том числе — информационной) войны объясняется их бессознательной укорененностью в восточнохристианской традиции иконописи и имеет существенное значение в ситуации технически обусловленного неутраивализма — возвращения на последнем витке технического развития к устно-племенному ритуальному и мифологическому состоянию культуры (которое он именовал также «глобальной деревней»). Маклюэну как католику было прекрасно известно о внутреннем равновесии, существовавшем в рамках западноевропейского средневековья между феноменами схоластики и готики, о том, что соборы являлись как бы азбукой неграмотных, воплощенной суммой знаний. Но ему было известно и то, что имагинативный универсум западного мира — это именно знание, забывшее о том, что оно знание (именно с утверждения о возвращении знания к себе как закате искусства начнет свои лекции по эстетике Гегель). Дело в том, что образ был неким поучением, скорее аллегорией, т.е. он должен не показывать нечто, а говорить о чем-то. Но последовательное усложнение образа, т.е. увеличение значений, о которых образ должен говорить, приводит к тому, что



образ молчит, или говорит только о своем существовании. Так оживали аллегории соборов, формируя эстетический универсум, так могут ожить образы, созданные новейшими оптическими медиатехнологиями. Прежние дискурсивные стратегии коммуникации уходят в прошлое и замещаются технически модифицированным имагинативным материалом. Восточнохристианская же иконопись не была аллегорией, она была самой реальностью. Ее не интерпретировали, но жили в ней. Здесь мысль М. Маклюэна чрезвычайно близка мысли Е. Трубецкого о иконе как начале русской философии, о том, что умозрение может существовать не только в словах, но, например, в красках. Икона — не репрезентация, но самостоятельная реальность, для нее не существует незаинтересованного созерцателя, но есть только молящийся, если мы видим икону, то она не обязательно видит нас: она открыта, только тому, кто проживает ее в напряженном диалоге: в страхе и трепете, в радости ответа (Трубецкой, 1990, стр. 7). Понимание иконы — это вживание в нее, открытость ей, отдача ей. Также и технический цифровой образ — во многом, не репрезентация, а способ мышления через вживание и сопереживание. Современная медиарельность ориентирована скорее не на обмен понятиями, и даже не на обмен мнениями — она в самых разных своих проявлениях, ориентирована на обмен состояниями, степень искренности которых тем более высока, чем более они тяготеют к принципиальной дискурсивной невыразимости, к допредикативности. Отсюда проблема постправды и ставка на образ, который скорее призван привлекать, вовлекать, вживать в себя, чем говорить нечто. Он претендует на понимание изнутри. Цифровая и сетевая коммуникация — это, как и ритуал — машина антропологического кодирования, а образы, которые в ней транслируются и тиражируются, соучаствуют в антропологическом процессе, равно как и в производстве истины. Аналитика Трубецкого, реактуализированная в дискурсе о медиа, показывает, что коммуникация образов делает возможным передачу того, что традиционно считалось нетранслируемым, некоммуникативным — передачу допредикативного опыта, трансэкзистенциализм, который становится условием сближения, условием создания сообщества. Русская философия, во многом ориентированная на рефлексию коллективно проживаемых состояний на сопряженный с ними опыт модификации реальности, предельных и допредекативных состояний, роли воображения, предоставляет концептуальные инструменты исследования медиа не извне, а изнутри тех состояний, которые они создают.



Отметим, что русский философ Н. Федоров под «городом» понимал весь арсенал цивилизации, а под «деревней» также, как и М. Маклюэн — традиционно-родовой уклад. Однако он отмечал, что

«выделение из природы, возвышение над слепой силой, развиваемые городской жизнью, так же необходимы, как и близость к ней, являющаяся в деревне» (Федоров, 1982, стр. 403).

Для Маклюэна «глобальная деревня», как и для Н. Федорова «город-деревня» (медиареальность) — это родство, основанное не на природе и не на силе культурного принуждения, а скорее на силе искусства-техники. Знание достигает своей объективации, воплощаясь в технике, в инструментах, используемых человеком, но эти же инструменты, создают новую среду, для которой человек — обитатель, или даже пленник. Не быть пленником, получить свободу он сможет, когда действия его в этой среде будут не автоматическими и практическими, а эпистемическими и творческими. Взрыв информационной бомбы эмансипировал культурные формы, погрузив человек в шум, но своими действиями он должен сам перевести себя в шум, т.е. использовать инструменты среды не для чего они предполагались, а для того к чему они не предназначались и такое использование станет освоением человеческого капитала, накопленного различными антропотехниками. Русская философия в своих концепциях позволяет осмыслить медиареальность не как среду необходимости, а как среду свободы.

В частности, философия космизма (в целом ряде установок различных мыслителей) показывает, что человек был пленником природы, культуры, техники, но эмансипация предзаданная техникой, неизбежно приведет к тому, что в пыли информационного постисторического апокалипсиса исчезнут цели, станут бессмысленными средства, возрастет неопределенность — и именно это заставит осваивать психофизиологический и культурно-исторический ресурс, отпущенный человеку в новом формате (в формате общего дела, тектологии, управления временем, языковой стихией и т.д.). Когда практическая деятельность уже не объясняется никакой традиционной теорией, она должна объяснять саму себя и тогда она становится деятельностью эпистемической. Если практическая деятельность — создает нечто и саму себя, т.е. заключается непосредственно в факте делании чего либо, то эпистемическая деятельность состоит в факте объяснения того, что уже делается.



«Моменты, когда ритуалы интеракции активизируются с особой силой, являются кульминацией не только в жизни групп, но и в жизни отдельных индивидов. Это те события, о которых мы вспоминаем впоследствии, которые наполняют значением нашу личную биографию и порой заставляют нас вновь и вновь пытаться повторить их: будь это участие в каком-либо важном коллективном мероприятии, к примеру, в крупной политической демонстрации, или роль зрителя, переживающего исторический момент популярного шоу или спортивного состязания, или личная встреча, начиная с сексуального опыта и кончая тесным дружеским общением и даже унижительным оскорблением. Это может быть также социальная атмосфера, сопровождающая веселую попойку, наркотический кайф или выигрыш в азартной игре или, может быть, ожесточенный спор или случай насилия. И если эти эпизоды остро переживаются и вызывают обильный всплеск эмоций, то в этом случае личный опыт также может выкристаллизовываться в форме личных символов и вновь и вновь символически проигрываться на протяжении того или иного периода жизни индивида, тем самым сохраняя свою актуальность. Это тот значимый созидательный жизненный опыт, который создает индивидов» (Коллинз, 2004, стр. 36).

Сегодня именно форма компьютерной игры хранит актуальность опыта ритуального взаимодействия. Если риторические практики (фактически — языковые игры) стали условием создания «органона», инструмента, метода, органа философского мышления, то компьютерные игры в цифровую эпоху являются «агононом» («агон» + «оганон»), инструментом смешивания кодов и связи разрозненного опыта для обнаружения смысла в изнанке практического действия, в смещении целей и средств с колеи, проложенной социокультурным автоматизмом. В этом смысле компьютерные игры позволяют нам не только сделать что-то компьютерно-игровыми средствами, но и понять эти средства, объяснить их в условиях. Компьютерные игры (и игровые практики, переносимые в неигровые контексты — интерфейсы устройств, оформляющих опыт мира) в оптике русской философии космизма могут быть увидены как инструменты общего дела — достижения единой настроенности, со-чувствия, со-переживания. Оппозиция шума и информации снимается этим понятием настроения, которое становится основой новой общности



медиа, и на которую еще на заре современной медиареальности указывала философия космизма.

Космистам удалось не только предвидеть переоткрытие человека, которое начнется с информационного взрыва — высвобождения смыслов, образов, событий, знаков, лиц и т.д. из предшествующих типов связи, им впервые удалось указать на позитивные аспекты такой эмансипации и на то, как жить после информационного взрыва. Согласно их интуициям: 1) человек станет открыт всем эпохам, всем мифологиям, всем символам, а потому чрезвычайно усложнится (сегодня мы видим как новейшие интерфейсы технических устройств вынуждают нас делать большее, предельно интенсифицируя нашу психофизиологию — внимание, скорость реакции и т. д.); 2) в условиях возрастающей сложности потребуются новые типы организации (сегодня тесно переплетаются сложные социальные и технические системы, порождая гибриды: виртуальная, дополненная реальность, реальная виртуальность и т.д.); 3) поскольку стираются традиционные контексты и умножаются парадоксальные гибридные формы опыта, то действия не просто должны приводить к какому-то результату, но, прежде всего, объяснять свои цели и свое значение, т.е. практические и прагматические действия уступают место действия эпистемическим (проясняющим, что собственно делается — отсюда значение геймификации, инфотейтмент и т.д.). Через призму философских поисков космистов медиа удастся увидеть не только как сообщение, но и как сообщество, которое в условиях отсутствия целого понимает это целое (космос) как задачу, как достижение единого настроения через со-чувствие, со-настроенность (организацию), а инструментом достижения сонастроенности (настроения, которое предшествует словам, смыслам, образам, всем их связям и остается после их эмансипации), полагает эпистемические действия — действия не только создающие нечто, но и проясняющие, что именно делается. Теория общего дела таким образом понимается как теория эпистемического действия в медиа.

7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На первый взгляд традиция русской философии в своих концептуальных сюжетах чрезвычайно далека от современной проблематики медиареальности. Она сформировалась в другую эпоху, отвечала на иные вызовы и скорее ее нужно анализировать исключительно в контексте эпохи и сопоставлять именно с интеллектуальными тенденциями близкими ей по времени. Однако,



каждый философ создает инструмент, могущий быть примененным не только по отношению к его собственным целям. Более того, часто концептуальный инструмент (средство) более важен, чем цель, поскольку задает новые цели. Русская философия претендовала на цельное знание и общее дело в ситуации апофеоза беспочвенности, когда выработанные культурой антропотехники перестают работать в силу пролиферации знания, ускорения времени, сжатия пространства, модификации причинно-следственных связей. Современная медиареальность эмансипирует образы, слова, события от традиционных связей и именно поэтому реальность, начавшаяся как информационная, все чаще прочитывается сегодня как реальность — шумовая. Однако, шум, обнаруживаемый в этой реальности, есть экзистенциальный след человеческого присутствия, т.е. говорит больше не о медиа, но о способах существования в медиа — о широком спектре модификаций коммуникативного взаимодействия, о новых способах контроля внимания, проявления эмоций, управления желаниями. Именно эти эмансипированные элементы антропотехник русская философия продумывает в отношении к новой технологической и экономической среде, к новым типам коммуникативного взаимодействия. Во-первых, русская философия постулирует существование энергемы, т.е. явления сущности со стороны сущности, вещь, событие, лицо — лишь ступени проявления сущности, или высвобождение энергий от связей (физических, символических, воображаемых). Во-вторых, русская философия показывает, что новые типы сообществ, сформированные, в том числе, и новой техникой, позволяют высвободить как энергии природы, так и энергии культуры, т.е. эмансипировать элементы антропотехник от существовавших программ антропогонического кодирования. В-третьих, русская философия в своих основных концептах показывает, что эмансипация имеет не только негативный аспект (освобождение от), но и позитивный аспект (освобождения для), делая возможным осмысление коммуникативного ритуала не как практики или теории, но как эпистемического действия, т.е. действия ориентировано на объяснение того, что собственно делается. Современный человек не может потребить информацию, не участвуя в ее производстве — он не является пассивным созерцателем, а вовлечен в *vita activa*, т.е. комментирует, распространяет, пересказывает информацию о событии, создавая себя как миф, участвуя в производстве коллективных мифов как форм жизни. Русская философия в своих концептах «соборности», «софийности», «антропогонии», «организованных тел», «угасания вечности»,



«телесности образа», «образа-энергемы», «гносеургии»: позволяет понять *vita activa* в медиа не как производство шумов, но как новую экзистенциальную формацию, где людологическое важнее прагматического, ритуальное — утилитарного, а имагинативное значимее дискурсивного.

Список литературы

- Бердяев, Н. А. (1994). Судьба человека в современном мире. К пониманию нашей эпохи. В Н. А. Бердяев, *Философия свободного духа*. (стр. 318-355). М.: Республика.
- Большц, Н. (2011). *Азбука Медиа*. М.: Издательство «Европа».
- Гройс, Б. (2012b). Google: слова по ту сторону грамматики. В Б. Гройс, *Политика поэтики*. (стр. 374-382). М.: «Ад Маргинем Пресс».
- Гройс, Б. (2012a). Слабый универсализм. В Б. Гройс, *Политика поэтики*. (стр. 36-48). М.: «Ад Маргинем Пресс».
- Киттлер, Ф. (2009). *Оптические медиа. Берлинские лекции 1999 года*. М.: Логос.
- Коллинз, Р. (2004). Программа теории ритуала интеракции. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 7(1), 27-39.
- Трубецкой, Е. Н. (1990). *Умозрение в красках. Вопрос о смысле жизни в древнерусской религиозной живописи*. М.: СП Интерпринт.
- Федоров, Н. Ф. (1982). Из I тома «Философии общего дела». В Н. Ф. Федоров, *Сочинения*. М. Мысль.
- Франк, С. Л. (1992a). Русское мировоззрение. В С. Л. Франк, *Духовные основы жизни*. М.: Республика.
- Франк, С. Л. (1992b). Свет во тьме: опыт христианской этики и социальной философии. В С. Л. Франк, *Духовные основы жизни*. М.: Республика.

References

- Berdyayev, N. A. (1994). The Fate of Man in the Modern World. To the understanding of our era. In N. A. Berdyayev, *Philosophy of the Free Spirit*. (pp. 318-355). M.: Republic. (in Russian)
- Boltz, N. (2011). *ABC Media*. M.: Europe Publishing House, 2011. (in Russian)
- Collins, R. (2004). Program of the Theory of Interaction Ritual. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, 7(1), 27-39. (in Russian)
- Fedorov, N. F. (1982). The Philosophy of the Common Cause. In N. F. Fedorov, *Works*. M. Thought. (in Russian)



- Frank, S. L. (1992). Light in Darkness: The Experience of Christian Ethics and Social Philosophy. In S. L. Frank, *Spiritual foundations of life*. M.: Republic. (in Russian)
- Frank, S.L. (1992). Russian worldview. In S. L. Frank, *Spiritual foundations of life*. M.: Republic. (in Russian)
- Groys, B. (2012a). Weak universalism. In B. Groys, *Politics of poetics*. (pp. 36-48). M.: “Ad Marginem Press”. (in Russian)
- Groys, B. (2012b). Google: words on the other side of grammar. In B. Groys, *Politics of poetics*. (pp. 374-382). M.: “Ad Marginem Press”. (in Russian)
- Kittler, F. (2009). *Optical Media. Berlin Lectures 1999*. M.: Logos. (in Russian)
- Trubetskoy, E. N. (1990). *Conception in Paints. The question of the meaning of life in ancient Russian religious painting*. M.: SP Interprint, 1990. (in Russian)

Media Literacy Skills

Медийная грамотность



ETHICAL DIMENSION OF NEWSPAPER MANAGEMENT AND PRODUCTION: AN INQUIRY INTO THE FAILED EVENING NEWSPAPERS IN LAGOS, NIGERIA

Ibitayo S. Popoola (a), Olubunmi Ajibade (b), Vincent Obia (c)

(a) Department of Mass Communication, University of Lagos, Akoka Rd, Yaba, Lagos, Nigeria.
E-mail: tayonigeria@gmail.com

(b) Department of Mass Communication, University of Lagos, Akoka Rd, Yaba, Lagos, Nigeria.
E-mail: aajibade@unilag.edu.ng

(c) Department of Mass Communication, University of Lagos, Akoka Rd, Yaba, Lagos, Nigeria.
E-mail: vobia@unilag.edu.ng

Abstract

The probing thesis in this study is anchored on the declaration that the best way to look at business ethics is by looking at how companies incorporated ethics into their operations. Since 1929 when a veteran journalist, Isaac Thomas, launched the first evening newspaper in Lagos, the Nigerian Evening News, an initiative which became the first in Nigeria, efforts by other investors or media proprietors to establish evening newspapers in the state, in spite of its sophistication and concentration of almost two-thirds of Nigerian media proved abortive. As at the time of putting together findings from this study, Lagos has become a highly dreaded business environment for publication of evening newspapers. The study found out that beyond any other measures or suggestions, a thorough injection and application of business ethics is the major panacea to successfully manage any media venture in the state. Through an in-depth interview approach with promoters and top editors-cum-management staff of the failed evening newspapers backed up with historical method of analysis, the study found out that business ethics is the panacea to rescue any distressed newspaper as well as the 'tonic' to strengthen any medium that wishes to remain healthily afloat. The study is routed through one of the traditional ethical theories, utilitarianism propounded by Jeremy Bentham and John Stuart Mill. The study therefore recommended the need for media proprietors not to undermine role of ethics in the establishment, growth and sustainability of the press.

Keywords

Newspaper, management, production, evening newspapers, Ethical Dimension, Lagos, Nigeria



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ УПРАВЛЕНИЯ ГАЗЕТАМИ: ИЗУЧЕНИЕ ПРОВАЛА ВЕЧЕРНИХ ГАЗЕТ В ЛАГОСЕ, НИГЕРИЯ

Попула Ибитайо С. (а), Аджибаде Олунми (b), Обиа Винсент (с)

(а) Департамент массовых коммуникаций, Университет Лагоса, Akoka Rd, Yaba, Лагос, Нигерия.
E-mail: tayonigeria@gmail.com

(b) Департамент массовых коммуникаций, Университет Лагоса, Akoka Rd, Yaba, Лагос, Нигерия.
E-mail: aajibade@unilag.edu.ng

(с) Департамент массовых коммуникаций, Университет Лагоса, Akoka Rd, Yaba, Лагос, Нигерия.
E-mail: vobia@unilag.edu.ng

Аннотация

В основе данного исследования лежит тезис о том, что лучший способ взглянуть на деловую этику - это рассмотреть, как компании внедрились в свою деятельность. С 1929 года, когда опытный журналист Исаак Томас основал первую вечернюю газету в Лагосе, усилия других инвесторов или владельцев СМИ по созданию вечерних газет, несмотря на их изощренность и концентрацию почти двух третей нигерийских СМИ, оказались неудачными. На момент проведения данного исследования Лагос стал крайне опасной деловой средой для издания вечерних газет. Исследование показало, что помимо любых других мер и предложений, тщательное внедрение и применение деловой этики является важнейшим средством успешного управления любым предприятием СМИ в государстве. Подход, основанный на глубинных интервью с промоутерами, топ-редакторами и руководством неудавшихся вечерних газет, подкрепленный методом исторического анализа, показал, что деловая этика является универсальным средством спасения любой неблагополучной газеты, а также "тонином" для укрепления любых СМИ, желающих оставаться на плаву. В основу исследования легла одна из традиционных этических теорий - утилитаризм, выдвинутый Джереми Бентамом и Джоном Стюартом Миллем. В этой связи в исследовании была высказана рекомендация о необходимости для собственников средств информации не подрывать роль этики в создании, развитии и обеспечении устойчивости прессы.

Ключевые слова

Газета, управление, производство, вечерние газеты, этический аспект, Лагос, Нигерия



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. INTRODUCTION AND BACKGROUND TO THE STUDY

Across the world, funding remains a major success factor in the management of any business organization. However, when it comes to scholarly inquiry into why a business enterprise collapses, the starting point is by probing deeply into “compliance,” and “ethical” issues in the day-to-day running of such enterprise. By compliance, energy is directed at probing adherence to relevant laws while ethics is aimed at establishing right behaviour which would assist in the realization of the goals for establishing the business.

Newspapering is a form of business and in any capitalist society, the motive for going into publishing is to maximize profit. Nigeria is a growing capitalist society and in every capitalist economy, there is free entry and exit, that is, freedom to enter into any legitimate business and freedom to opt out when the need arises. Therefore, in such society, business failure is symptomatic of environmental challenges. In other words, it is a clear indicator that things are not working correctly or have fallen apart.

The story of failed evening newspapers in Lagos is a big puzzle going by the population, sophistication, literacy level, prosperity as well as concentration of several business organizations in the state whose products and services require advertisement in the press.

At the time of writing this report, there are 20 local councils in the state while the official population, based on the last census in the country, 2006 census put the population of the state at 9,013,534. However, the population of the state is currently estimated at 21 million.

Lagos is reputed to be Africa’s biggest city and largest in Nigeria. In addition, it is also said to be one of the fastest growing cities in the world.

In a brief history of the state, Okafor (1981, p.1) says Lagos was annexed in 1861 and thus proclaimed a Crown settlement. In 1886, it was declared a Colony. By 1897, most of the areas in the South-West, which had become a Protectorate, were attached to Lagos Colony. The city was the seat of power for the British Crown throughout the colonial period and after independence, it remained as Nigeria’s capital until 1991 when the capital moved to Abuja. On May 27, 1967, the military government of General Yakubu Gowon proclaimed it a state.

For many years, Lagos enjoyed a dual status; first, as a state and second as a capital for Nigeria. Till date, the city is regarded as Nigeria’s economic capital. At the time of writing this report, there are 25 print media in the state, 29 radio stations and 11 television stations.

All the above media establishments are coping with the economic crunch and succeeding. It is therefore a puzzle as to why since 1929 when



Nigeria Evening News started till date, no other evening newspaper has succeeded in the state.

2. STATEMENT OF PROBLEM

A highly dreaded environment by proprietors or promoters of evening newspapers in Nigeria is Lagos state and the probable reason is the fact that Lagosians have little interest in evening newspapers. The state, going by its literacy level, which the National Bureau of Statistics put at 92 percent, following a 2010 National Survey, coupled with other factors such as concentration of several corporate establishments, healthy population and concentration of almost two-thirds of Nigerian mass media in the state had attracted the attention of several evening newspaper investors. Unfortunately, the newspapers have been disappearing as they come. Even promoters of daily newspapers who were formerly prospering in the state have been forced to hurriedly abandon their evening newspaper editions shortly after they were set up. Such newspapers include the *Daily Times*, *AM News* as well as *The Guardian*.

Lagos was also one of the foremost Nigerian communities to have a taste of representative government. The Sir Hugh Clifford's Constitution of 1923 had an elective principle in which four of the members of the Legislative Council were to be elected on the basis of three from Lagos and one from Calabar. It is a known fact across the world that politics heighten interest in newspaper readership. In spite of the fore going, evening newspaper venture rarely succeed in Lagos State.

Against this background, the study sought to unravel circumstances responsible for the problem and similarly proffer measures to guide future investors in evening newspapers in the state.

Hence, the following research question guided the study:

1. What are the factors responsible for the disappearance of evening newspapers in Lagos?
2. What are the measures necessary for evening newspapers to thrive in Lagos?

3. THEORETICAL FRAMEWORK

This study is routed through an ethical theory, *utilitarianism*, propounded by Jeremy Bentham (1748-1832) and John Stuart Mill (1806-1893). Utilitarianism is found handy in anchoring the study because it describes much of the process of human decision making as it affects newspaper management and production. According to Hartman (1998, p.1),



“using ethics to analyze business issues is merely one form of decision making, similar to profit maximization, legal compliance or religious beliefs.”

Hartman was however quick to add that “the difference, however, between ethics and those other bases for decisions is that ethics can serve as the foundation for each of the other methods” adding that “in reaching decisions, the individual may use ethics as a guide...”

Utilitarianism as an ethical theory seeks as its end, the greatest good for the greatest number. In every media organization, it would be praise worthy if promoters of newspapers could set out with the mission to satisfy not only the greatest number of the work force, but also the reading public. Hence, Hartman (2005, p.30) describes the theory as a theory of life whose goal is that of enthronement of pleasure and happiness as well as absence of pain or unhappiness.

In a related development, Velasquez (2002, p.61) says “utilitarianism is a general term for any view that held that actions and policies should be evaluated on the basis of the benefits and costs they will impose on society”. He describes the “right” action as the producer of the happiness for the greatest number and therefore insists that utilitarianism is used for any theory that advocates selection of that action that maximizes benefits or minimizes costs.

Reflecting on an aspect of business operations where utilitarian ethics is highly strategic and vital, Hartman (1998, p.5) says when it comes to cost-benefit analysis, where it is expected that one tallies the costs and benefits of a given decision and follows the decision that provides for the greatest overall gain, utilitarianism is the most appropriate.

While Hartman describes this approach as superficially easy to apply, especially as it concerns profit/loss statements, it is plausible to state that business ethics is chiefly concerned with measurement of business performance based on standards of right and wrong. Therefore, when a newspaper proprietor is confronted with a difficult decision, a reasonable tactic is simply to do what he deems fit. This is the whole essence of ethics. Ethics involves judgments as to good and bad, right and wrong as well as what ought to be. This explains why the philosopher, Epicurus cited in Hartman (1998, p.2) says “ethics deals with things to be sought and things to be avoided....”

In the context of Lunday (1998, p.303), ethical practices have the propensity to contribute significantly to the success story of any corporate body especially when it comes to an overall corporate climate which cuts waste, encourages efficiency, promotes community/marketplace goodwill, allowing the company a healthy bottom line.”



It is instructive to stress that part of the factors responsible for the failure of all the newspapers investigated by this study bothers on the inability of management to cut waste and to encourage efficiency of the work force.

To engender happiness of the greatest number of the workforce, management should be up and doing. They must engender good policies, provide good working environment which would motivate the workforce to give their best, and work assiduously toward the realization of the goals for establishing the business. Within the context of Appadorai (1975, p.43), utilitarianism has become the touchstone with which one can judge the performance of every corporate establishment.

The appropriateness of utilitarian theory of ethics for this study is further strengthened by developments and circumstances which eventually led to the disappearance of all the evening newspapers. Amongst others, they sacked workers and out rightly down-sized, an action which violated business ethics. For instance, outright dismissal or downsizing could be un-empathetic as it would surely negatively affect those who are asked to leave. Thus, rather than the policy producing happiness for the greatest number, unhappiness, pain, dissatisfaction, sickness and death were the result.

Hence, Wimmer and Dominick (2006, p.68) say the import of the utilitarian theory is that “the good that may come from an action is weighed against or balanced against the possible harm.”

4. LITERATURE REVIEW

From global perspective, the origin of newspaper has been traced to the ancient Rome where daily events were disseminated through a publication called *Acta Diurna*. According to Tebbel (1977) cited in Popoola (2015, p.114) “that was the first newspaper of any kind”. Tebbel (1977) recalled that the financial houses of Europe later took up the idea. He contended that after Gutenberg invented the printing press in the 15th century, books and eventually newspapers began to be published in France and England.

Newspaper was said to have originated in America in 1690. It was viewed from the onset as a medium through which ideas could easily spread. At this early stage of newspapering in the US, there were also those who held the view that newspapers could be valuable spreaders of propaganda for the civil authorities and propagators of the faith for the religious leaders (Tebbel, 1977)



However, in 1835, the newspaper business in the US was revolutionized with the coming on board of James Gordon Bennett, who introduced *New York Herald* to the US market. Tebbel (1927) described him as a man who did all the reporting by himself. After him, other rivals followed such as *New York Times* published by Henry J. Raymond amongst others.

The story of newspapering in Nigeria is very similar to that of the US. From the chronological account of how it all started in Nigeria, Coker as cited in Popoola (2015) identified 1859 as the take-off year for newspapers in Nigeria. He stressed that a reverend who had planted the faith of Christianity in Badagry and Abeokuta in 1842 began the publication of a vernacular newspaper, *Iwe Irohin*. The missionaries thus pioneered the foundation and early development of the press in Nigeria. On what led to its establishment, Popoola (2015, p.79) quoted, Coker from *the Memoirs of the Reverend Henry Townsend*: “My object is to get the people to read, that is, to beget the habit of seeking information by reading”. After *Iwe Irohin*, *Anglo-African* (1863-65) established by Robert Campbell was the next newspaper. It was followed by *Lagos Times and Gold Coast Colony Advertiser* on 12th November, 1880. Therefore, Coker described the period 1865-1880 as a ‘blank’ period due to the nonexistence of newspapers in the country during the period. From 1880 however onward, there was no dull moment again as various newspapers were established one after the other.

The journey into evening newspaper business began in 1929 in Lagos when Isaac B. Thomas, a veteran journalist cum editor-publisher started the publication of *Nigerian Evening News*. It was a partnership venture with his printer, Mr. J.T. Aganga Williams.

Thomas had the antecedent of being a celebrated columnist of the Yoruba weekly newspaper, *Eletì Ofè*. He also served under Thomas Horatio Jackson of the *Lagos Weekly Record*. At the time he commenced publication of *Nigerian Evening News*, he was not seen as a green horn. In his assessment of the paper, Popoola (2015, p.78) further quoted Coker’s saying that the paper made a sensational appearance during the first few months, but it is doubtful whether it survived up to a year.

By the end of the first six months of its existence, it was appearing irregularly and each succeeding month found the Evening News degenerating in the quality of production. Mr. Thomas was compelled to close it down and concentrated his efforts on his Yoruba weekly, Akede Eko.(Coker as cited in Popoola 2015, p.78).



In 1934, another editor-publisher, Mr. William Edward Akaje-Macaulay launched another evening newspaper, the *Nigerian Evening Standard* in Lagos. Mr. Akaje-Macaulay had his background in Law. His partner in the venture who doubled as his printer was Mr. Akin Adeshigbin. In a critical assessment of the paper, Coker (1968, p.48) says:

Again, the 1934 venture did not last for more than a year, the chief reason being that there was just not enough patronage from the public to sustain the paper.

Coker further attributed the failure of the 1934 and 1929 evening newspapers to the ownership pattern. He stressed that they were single-handed efforts of one man.

In a manner, reminiscence of the mathematical trial by error method, another evening newspaper *Evening Times* was launched and released to the Lagos public in August 1957. Unlike its predecessors which were run using the one-man ownership pattern (which was part of the reasons why they failed), *Evening Times* belonged to a larger group which since 1924 had successfully published a daily newspaper. Since *Evening Times* was part of that group, it was held that it would be a success story. Furthermore, unlike its predecessors, *The Evening Times* shared the high production qualities of *The Daily Times* and the *Sunday Times*. In spite of the above, the newspaper went the way of its predecessors.

The management of the newspaper probed deeply into circumstances leading to the crash of the newspaper. Amongst others, they discovered that:

- (i) The reading public, particularly outside Lagos, were not quite prepared yet for an evening newspaper.
- (ii) Lagos patronage was not at all sufficient to sustain the paper.
- (iii) Rivalries within the group tended to weaken team spirit, a vital ingredient of *Times* success.
- (iv) There was a big distribution problem created for the management by the young vendors.

Vendors who for many years had been used to only the morning newspapers simply refused to exert the extra effort necessary to distribute the Evening Times later in the day.

- (i) Another factor was that there were not enough news stories to sustain interest in an evening newspaper every day.
- (ii) Literacy level was also very low at that time.



However, shortly after the demise of *Evening Times*, the defunct Western Regional Government introduced the compulsory Universal Primary Education (UPE) scheme and ever since, the literacy level in Lagos has been on the increase. It is however instructive to note that following failure of all the evening newspapers which came on board between 1929 and 1957, Coker (1968, p.49) in what looked like a prophesy declared:

Even though the reading habit has increased numerically... but it seems that it will take another decade for the Federal Territory of Lagos and other parts of Nigeria to be ready for a successful evening newspaper.

It was on the above premise that this study sought to find out the state of affairs of evening newspapers four decades after. The report are contained in the next section of this paper.

5. METHODOLOGY

The study uses historical method that is backed up with oral in-depth interviews (IDI) in gathering data from eight promoters of seven failed evening newspapers and where this is not possible, senior editorial members of staff of such organizations who were fully involved in the running of the failed evening newspapers were purposefully interviewed. The study was subsequently anchored through literary journalism approach. According to Sims and Krame (1995:3) literary journalism provides an opportunity for the writer's voice to enter a report, sometimes with dramatic irony. The choice of this stylistic approach is deliberate as it offers different perspectives, voices and experiences concerning the subject-matter of the study.

6. FINDINGS

The coming on board of Independent Communications Network Limited (ICNL) publishers of *PM News* in February 1994 can be described as one of the fallouts of the annulment of June 12, 1993 presidential election won by Basorun MKO Abiola.

The group made no pretension that they were out to promote democratic struggles and fight for military disengagement from governance.



Prior to this day, the military, in the words of Larry Diamond *et al.* (1997) had initiated one of the most ambitious, imaginative, complex and expensive transitions from authoritarian rule that has ever been attempted anywhere in the world. The programme was further described as the most protracted, controversial, unstable and unsuccessful such that Nigerians came to the conclusion that it would never end.

Prior to the coming on board of the newspaper, its promoters, Bayo Onanuga and Babafemi Ojudu had resigned from the *Concord* group of newspapers in protest against the publisher's request that they should apologize to President Ibrahim Babangida over a news report which was critical of the government. Having resigned, they incorporated Independent Communications Network and began the publication of four titles: *AM News*, *PM News*, *The News Magazine* and *Tempo*. All the titles were dedicated to democratic struggles and military disengagement from governance.

Mr. Lanre Asiwaju (2018), a senior editorial member of staff of the organization put the daily print run of *PM News* at 60,000. To succeed, the newspaper made it mandatory for reporters to file-in their stories, latest 11.00am in a bid to hit the newsstand and streets by 2.00pm.

The organization believed the market was there and had the goal of taking the shine off the daily newspapers which had to wait till the next day to publish. The paper lived up to expectation as it was available consistently on the newsstands for 20 years. However, with the exit of the military from governance, guerrilla journalism ceased and misfortunes set in for the newspaper and the paper is now available online.

Another top management staff of the organization, Babatunde Johnson (2018) who held sway as Deputy Editor identified the emergence of internet as the major factor responsible for the crash of *PM News*.

Because people now have access to news as they break, they became less dependent on PM News as a source of news since people can get details of most breaking news which PM News was publishing, you would agree with me that there would be no need for them to buy PM News since they already have it through social media. (Johnson, 2018)

Johnson further revealed that advertisers never rated *PM News* as a medium to advertise their products.

As management of *PM News* rested production of hard copies of the paper, some members of staff protested against the decision and in protest floated another evening newspaper, *PM Express*.



The agenda was to fill the vacuum left behind by the disappearance of *PM News*. However, this study learnt, it went out of circulation within three months of its appearance in 2016.

Giving insight to factors responsible for its sudden disappearance, Johnson (2018) says:

One of the main factors is the internet. People now have access to breaking news via the internet. With their smart phones, they can read everything online virtually free of charge. So they don't bother about buying the hard copy of a newspaper on the newsstands. (Johnson, 2018)

Johnson (2018) similarly identified economic hardship in the country, which has eroded the disposable income of the average newspaper buyer:

Rather than use his N150 to buy a newspaper or magazine, he will prefer to use it to buy food and eat to stare off the hunger gnawing at his ribs. Dwindling readership is the major reason. The dying reading culture in Nigeria is having negative impact on newspaper business in the country (Johnson, 2018).

While suggesting the need for what he called “a thorough feasibility” before the establishment of future evening newspapers, Johnson contends that factors responsible for the failure of the newspaper could be outlined thus:

- Heavy overhead cost.
- Poor distribution/circulation.
- Fraud on the part of sales team.
- Sharp practices by the people in advert department.
- Embezzlement of sales proceeds by accountants.
- Desire of impatient publishers to recoup their investments overnight, and when that is not forthcoming, they shut down the outfit.

The editor of the paper, Paul Dada, further blamed the newspaper's woe on absence of a clear-cut manager following the relocation of the publisher to the United States. In the words of Dada (2018):

The printer started to cheat the publication in the area of number of copies to be printed and cost, among others. There was also infighting among the heads, a development which affected them. (Dada, 2018)



Another evening newspaper, *Ikorodu Evening News*, was established on February 17, 1997 following military clampdown on some newspapers. The plan again was to fill a vacuum. Its publisher was Isaac Akinlade, a retired public servant. The paper lasted 12 weeks with 11 publications.

Dwindling patronage, shortage of catchy news stories, inadequate manpower among others were major reasons why the newspaper collapsed.

Western Avenue Post was another evening newspaper experiment that was established in 1999 upon the return of the country to democratic governance.

Established by Chief John Ogunrinde, with the objective of inculcating the habit of evening newspaper in Nigerians. In his words:

Newspapers report events of today tomorrow. My newspaper would have broken the news that happened today by 4pm. I wanted Western Avenue Post to compete with radio. I tried to introduce a paradigm shift in Nigerian newspaper industry.

However, like its predecessor, the paper went out of circulation after few months of its appearance. Recalling why it failed, Ogunrinde identified the following reasons.

First, he said the populace had a stigma against evening newspapers. “They did not understand the idea of evening newspapers. They believed it was a sensational and unserious newspaper.

Secondly, he said the populace likened it to a gossip newspaper while others see it as a machinery of propaganda.

The third reason he identified was that the targeted audience were returning late from work. He described this reason as very devastating adding that:

Most people were still in their offices by 4pm when the newspaper would come out. The vendors and motorcyclists would turn back to the press with the report that offices had not yet closed for the day. It was a terrible circulation experience (Ogunrinde, 2018).

Today's News Today (TNT) was another evening newspaper that stormed that Lagos market with the objective of reporting news of major happenings in the society same day.

The paper made no pretense that it meant business. Published by an experienced journalist, Muyiwa Adetiba, the paper effectively competed with *PM News* to the extent that several news editors of national dailies



operating in Lagos had to wait for every edition of the paper before preparing their News Schedule for the following day's edition of their newspapers.

The paper which circulated beyond metropolitan Lagos to other places such as Ikorodu, Badagry, Sango, Abeokuta and Ibadan ran into trouble waters and later crashed out.

Top of the problems which led to the grounding of the paper included high cost of production. Salaries of workers were not paid as at when due rising cost of newsprint and other production materials in the market. Other factors included low advert patronage by advertisers and leading advert agencies. The advertisers prefer national dailies with nation-wide spread for them to reach their target audience.

Mention could also be made of the sudden increase in interest on bank loans. These problems amongst others, led to the resting of the paper in 2001.

Vision Express was another evening newspaper with the shortest history of existence. It came on board on 8th May 1996 and crashed out under three months. From the onset, it was clear the paper wouldn't last. First, mistrust existed between the chairman, Jarett Tenebe and the Managing Director, Mr. John Ugbodagah. On many occasions, they could not agree on vital issues affecting the newspaper.

At the take off stage, the newspaper operated at Iyana Ipaja while typesetting was done at *Satellite Press*, Ogba, a distance of about five kilometers (both in Lagos).

Following the disagreement between the chairman and the MD, the MD was edged out and the paper relocated to 15, Abule-Oja Street Yaba in Lagos while typesetting was also relocated first to a business centre in Ikeja and later to another business centre at Oju-elegba (all in Lagos).

Throughout its existence, only one-month salary was paid to staff. There were no operating tool apart from tables and chairs in the offices, no transistor radio, no television set, no communication facilities, no circulation vehicles, no printing press and above all, the paper was poorly funded.

The flagship of the Nigerian press, *The Guardian* also floated an evening newspaper in 1988. The editor of the newspaper, Gbenga Omotoso revealed that the paper was established to close the gap between the morning papers, that is, the dailies. He was in charge as editor between 1991 and 1993 when the paper was shut down.

In a retrospective fashion, Omotoso (2018) recalled that:



Guardian Express was doing fine at that time. In fact, it was number 1 in all round news sourcing and gathering. It was an 8-page newspaper with 1 page dedicated for advert and there was no day we didn't have adverts to flood the page, either semi, quarter, and so on. The paper was doing so well even better than the main Guardian itself. We sold up to 35,000 copies per day. (Omotoso, 2018)

The paper circulated to places like Sango-Otta, Epe, Ikorodu and Ibadan, covering every aspect of life including oil and gas, health, education, arts and life, entertainment, ICT, crime, sports and general news.

The paper's failure in the words of Omotoso (2018) can be attributed to political strangulation of the paper by the regime of late General Sani Abacha. Tied to this was the high cost of production as well as economic downturn in Nigeria.

In an insightful manner, Omotoso (2018) rendered a full account of circumstances leading to the collapse of *Guardian Express*. His words:

The paper was not killed by economic reasons but circumstances beyond the publisher's control who was also a member of the government. During the June 12 crisis, The Guardian was shut. By the time it returned after a year of inaction, there was no way the paper could have published all its titles at the same time. It was supposed to be a gradual return to the market. Then, the management decided to stop Guardian Express. (Omotoso, 2018)

7. DISCUSSION/ANALYSIS

In colonial and post-colonial Nigeria, the picture painted above was the true picture of newspaper management in Nigeria. Only the *Guardian* and *PM News* carried out feasibility studies before hitting the newsstand. They also organized something close to Toffler's compliance enlightenment programme. It was a sort of orientation programme for the staff at the take off stage.

Furthermore, only *PM News* organized severing pay-package for the staff when the medium was shut down. *Guardian* only re-deployed staff of *Guardian Express* back to the newsroom where they were seconded to the *Guardian Express*.

Within the context of Toffler (1998, p.80), two other factors that could make or mar the realization of the objectives for establishing a newspaper outfit are 'compliance' and ethics'



Compliance has to do with application to relevant laws of the land to newspapering, while ethics includes emphasis on the right behaviour which would assist in the realization of the goals for establishing a newspaper outfit. Expatiating on these factors, Toffler (1998, p.80) says corporate establishments should seldom organize compliance programme in which lawyers, internal auditors, internal affairs officers would enlighten workers on what they must do and what will happen to them if they disobey. The tone of such address according to him “is often punitive or paternalistic, neither of which makes employees feel respected and capable.

Toffler equated the ethical aspect to Sunday school or sermon arguing that it should be delivered by human resource personnel or corporate social policy groups, with focus on being a good person and doing the right thing.

It is instructive to stress that newspapers in Nigeria hardly do this. The common practice is for editors or managing directors to do the briefings themselves. Absence of these kinds of parleys are part of the contributory factors to the story of the failed newspapers in Nigeria.

That a newspaper venture failed is symptomatic of corporate irresponsiveness. Quoting Toffler (1998, p. 81) once more, “the word responsible encompasses both complaint and ethical. A programme that focuses on responsible employee behaviour begins with an assumption that employees want to do the right things, but recognizes that they may face impediments to doing so effectively”. Toffler then itemized four things that could be done in removing such impediments. They include:

- (i) Instructing the employees in the laws, regulations, policies and procedures which they ought to know and follow.
- (ii) Assisting them in understanding the kinds of dilemmas they may face in their jobs as well as the role their institution could play in such dilemmic situations.
- (iii) Guiding them in applying the laws, regulations etc.
- (iv) Assisting them to develop skills to resolve their dilemmas

Meanwhile, Lovey as cited in Hartman (1998, p.106) observed that many leaders confuse ethical with legal issues or they take a departmental or compartmental approach rather than an integrated and organic approach to ethics. According to him, “with an organic approach, an executive naturally sees everything through an ethical lens; consequently, everything is integrated, not seen in different frames”.

Alluding to the need for constant parley between employers and employees as part of measures to achieve corporate goals and objectives, Toffler (1998, p.82) says this is necessary to tackle some of the reasons



why people do wrong. Some of the reasons which address the subject-matter of this paper are:

- ❖ That people do wrong because they do not know right from wrong. In other words, their character.
- ❖ That people do wrong because they do not have the information they need or they have the information but do not understand it or have information they need, understand it but do not know how to apply it.

8. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The absence of ethical principles and compliance played a major role in the collapse of all the evening newspapers in Lagos, Nigeria. This manifested in the high display of unprofessionalism by the promoters of the evening newspapers, leading to barbaric dismissal of the entire workers who were asked to go home without severance pay.

The paper further observes absence of education cum enlightenment programmes that could strengthen the various professionals employed by the newspapers.

Consequent upon the above, the study put forward the following recommendations to guide future investors in evening newspapers in Nigeria.

1. Proper feasibility study must be carried out before any investor could venture into the business.
2. Future promoters of evening newspapers should be properly screened by the government through the Corporate Affairs Commission (CAC) at the point of incorporation of the publishing company in order to prevent unserious minded publishers who could not sustain the paper from coming into the business.
3. Promoters and media managers in Nigeria do not have management background. Future editors or managing editors of evening newspapers must have a sound academic background in business management.
4. The capitalist principle of free entry and exit must apply to evening newspapers in Nigeria the same way it is applied to the establishment of radio and television. In other words, there must be a prescribed take off seed.



5. Future investors in evening newspapers must embrace online publication.

Training and re-training of staff is also necessary for staff to enhance professionalism and performance.

References

- Appadorai, M. A. (1975). *The substance of politics* (4th ed.). New Delhi: Oxford University Press.
- Coker, I.H.E. (1968). *Landmarks of the Nigerian Press*. Lagos: Nigerian National press ltd.
- Covey, S. R. (1998). Ethics of total integrity. In Hartman, L.P. (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Diamond, L., Kirk-Green, A. & Oyediran, O. (1997). *Transition without End*. Ibadan: Vantage Publishers.
- Hanson, K. O. (1998). How far should you go to act as a corporate spy? In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill.
- Hartman, L. P. (Ed.). (1998). *Perspectives in Business ethics*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Hartman, L. P. (Ed.). (2005). *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Lunday, J. (1998). Profitable Ethical Programmes. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business ethics*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Okafor, S. O. (1981). *Indirect rule: The development of central legislature in Nigeria*. Lagos: Thomas Nelson and Sons Ltd.
- Popoola, I. S. (2011). *GSM as a tool of news reporting in Nigeria*. Lagos: Nigeria Union of Journalists (NUJ), Lagos State Council and Corporate Lifters International.
- Popoola, I. S. (2015). *Political Reporting and Electoral Violence in Nigeria 1999-2011* (PhD Thesis). School of Post Graduate Studies, University of Lagos.
- Popoola, T. (2015). *Mass Media Law in Nigeria, a professional Perspective*. Lagos: Human Development Initiatives.
- Popoola, T. (2017). *Introduction to Mass Communication*. Ibadan: Global books and publications.
- Roddick, G. (1998). Letter to Business ethics subscribers. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Sims, N. & Kramer, M. (1995). *Literary Journalism*. New York: Random House Publishing Group.



- Tebbel, J. (1977). *Opportunities in Journalism*. Kentucky: Vocational Guidance Manuals.
- Toffler, B. L. (1998). Some thoughts on the meaning of business ethics. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Ward, B. T. & Sipior, J.C. (1998). The Ethical and Legal Quandary of Email privacy. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Wimmer, R. D. & Dominick, J.R. (2006). *Mass media research: An introduction*. Australia: Wadsworth Cengage Learning.

Список литературы

- Appadorai, M. A. (1975). *The substance of politics* (4th ed.). New Delhi: Oxford University Press.
- Coker, I.H.E. (1968). *Landmarks of the Nigerian Press*. Lagos: Nigerian National press ltd.
- Covey, S. R. (1998). Ethics of total integrity. In Hartman, L.P. (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Diamond, L., Kirk-Green, A. & Oyediran, O. (1997). *Transition without End*. Ibadan: Vantage Publishers.
- Hanson, K. O. (1998). How far should you go to act as a corporate spy? In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill.
- Hartman, L. P. (Ed.). (1998). *Perspectives in Business ethics*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Hartman, L. P. (Ed.). (2005). *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Lunday, J. (1998). Profitable Ethical Programmes. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business ethics*. Boston: Irwin/McGraw-Hill.
- Okafor, S. O. (1981). *Indirect rule: The development of central legislature in Nigeria*. Lagos: Thomas Nelson and Sons Ltd.
- Popoola, I. S. (2011). *GSM as a tool of news reporting in Nigeria*. Lagos: Nigeria Union of Journalists (NUJ), Lagos State Council and Corporate Lifters International.
- Popoola, I. S. (2015). *Political Reporting and Electoral Violence in Nigeria 1999-2011* (PhD Thesis). School of Post Graduate Studies, University of Lagos.
- Popoola, T. (2015). *Mass Media Law in Nigeria, a professional Perspective*. Lagos: Human Development Initiatives.



- Popoola, T. (2017). *Introduction to Mass Communication*. Ibadan: Global books and publications.
- Roddick, G. (1998). Letter to Business ethics subscribers. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Sims, N. & Kramer, M. (1995). *Literary Journalism*. New York: Random House Publishing Group.
- Tebbel, J. (1977). *Opportunities in Journalism*. Kentucky: Vocational Guidance Manuals.
- Toffler, B. L. (1998). Some thoughts on the meaning of business ethics. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Ward, B. T. & Sipior, J.C. (1998). The Ethical and Legal Quandary of Email privacy. In L.P. Hartman (Ed.), *Perspectives in Business Ethics*. Boston: Irwin/McGraw Hill
- Wimmer, R. D. & Dominick, J.R. (2006). *Mass media research: An introduction*. Australia: Wadsworth Cengage Learning.



DIGITAL MIGRATION AND SOCIAL INCLUSION OF SENIOR CITIZENS

Nkiru Comfort Ezeh (a), Augustine Godwin Mbose (b)

(a) Department Of Mass Communication, Madonna University, No 1 Madonna University Road, Okija, Anambra State, Nigeria. E-mail: ezehnkiru_ct@yahoo.com

(b) National Open University of Nigeria, Uyo Study Centre, Idumota, 14/16 Ahmadu Bello Way, Victoria Island, Lagos, Nigeria. E-mail: austinmboso@gmail.com

Abstract

We now live in a digitally saturated environment. The notions of displacement apply also in the digital realm, especially with regard to senior citizens. Researching the usage of digital media by senior citizens is of relevance, as an unequal access and competencies related to digital media remains a problem of their social inclusion in a digitalized world. Anchored on the Uses and Gratifications Theory, this study sets to investigate the usage, mode of usage and what influences the usage of Information and Communication Technologies/digital media among seniors. Survey method was used with questionnaire as the instrument for data collection to sample 300 senior citizens in Asaba and Calabar, cities in the South-South geo-political zone of Nigeria. The study found that although access to the digital media has increased among the senior citizens, usage gap is still clearly visible as most seniors do not play active roles in digital activities. It is recommended that there should be community support for digital literacy of the older adults so that digital society would be all inclusive, not having these most vulnerable citizens excluded from digital activities and involvement.

Keywords

ICTs, Senior Citizens, Digital, Migration, Social Inclusion



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



ЦИФРОВАЯ МИГРАЦИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ

Эзех Нкиру Комфорт (а), Мбосо Августин Годвин (b)

(a) Департамент массовых коммуникаций, Университет Мадонны, No 1 Madonna University Road, Окижа, штат Анамбра, Нигерия. E-mail: ezehnkiru_ct@yahoo.com

(b) Национальный открытый университет Нигерии, Idumota, 14/16 Ahmadu Bello Way, о. Виктория, Лагос, Нигерия. E-mail: austinmboso@gmail.com

Аннотация

Мы живем в цифровой среде, насыщенной цифровыми технологиями. Понятие вытеснения применяется также и в цифровой сфере, особенно в отношении пожилых людей. Исследования использования цифровых медиа пожилыми людьми имеют актуальное значение, поскольку неравный доступ к цифровым медиа и неравные компетенции, связанные с ними, остаются проблемой их социальной интеграции в цифровом мире. Опираясь на теорию использования и удовлетворения, данное исследование посвящено анализу использования, способа и факторов, влияющих на использование информационных и коммуникационных технологий/цифровых средств массовой информации среди пожилых людей. В Асабе и Калабаре, городах Нигерии, расположенных по линии Юг-Юг, в качестве инструмента сбора данных при опросе 300 пожилых людей использовался метод анкетирования. Исследование показало, что, несмотря на увеличение доступа к цифровым средствам массовой информации среди пожилых людей, разрыв в использовании все еще четко виден, поскольку большинство пожилых людей не играют активной роли в цифровой деятельности. Авторы полагают, что цифровая грамотность пожилых людей должна получать поддержку со стороны общества, чтобы цифровое общество было инклюзивным и не лишало этих наиболее уязвимых граждан возможности заниматься цифровой деятельностью и участвовать в ней.

Keywords

Информационно-коммуникационные технологии, пожилые люди, цифровые технологии, миграция, социальная интеграция



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. INTRODUCTION

In recent times, there has been an increasing dependence on Information and Communication Technologies (ICTs) in professional circles and private lives. ICT is ‘the use of computer technology and its associated software, audio-visual and telecommunication equipments (including mobile phones) to send, receive, store and even manipulate information for desired objectives’ (Ejechi, 2013; p. 118). ICTs have been seen as ‘quasi-objects’ (Latour, 1995) and artefacts which negotiate social space and power (Wise, 1997). They function as ‘technologies of relationships’; objects of emotions, feelings and experiences that relate to how the media can be integrated and used; shaping social life and interactions (Givskov, 2017). Most digital technologies used today are internet-enabled, migrating from just making calls and sending short messages, to indispensable gadgets that play multi-faceted roles including computing, banking, online shopping, virtual assistant, fitness coach, personal physician, news source, compass, etc. They also enable the users to call, chat, ping, Facebook, tweet, Whatsapp, surf, search and browse thereby increasing their online presence.

Existing literature (Omenugha, 2010; Cash et al 2012; Christensen & Jerslev, 2016) record that the flood of information provided by the internet makes the users ever present in space, navigating from one application to another seeking for information, education, entertainment, support etc. Media applications such as SMS, chat, blogs, social platforms mediate our relationships to family members, friends, romantic and sexual partners and wider social networks in society.

Research has proved that ageing people easily get isolated because of retirement, death of friends and family, and people moving away. They therefore lose contact or communication with their social network members (Havens, Hall, Sylvestre, & Jivan, 2004). Ageing also comes with some physical, mental, and health depreciation. This situation raises a question on how to tackle a problem of the ageing population. Research (Nef, Ganea, Muri & Mosimann, 2013; Omotayo, 2015) has linked digital media to positive management of ageing. It offers opportunities and challenges in providing support and in enhancing the daily lives of older people; and a tool that can ensure active aging and socio economic participation of the elderly (Omotayo, 2015). Digital activities such as financial matters, entertainment, shopping, information and news offer opportunities that could be beneficial particularly for seniors limited in mobility (Bergstron, 2017).



Bergstron(2017), quoting (Robinson et al, 2015) notes that those who function better in the digital realm and participate fully in a digitally mediated social life enjoy advantages over their digitally disadvantaged counterpart. The elderly population have less familiarity with ICTs compared to the younger generation, having being born at least 55-60 years ago when personal computers were not yet commonplace (Morris &Venkatesh, 2000). Researching the usage of digital media by senior citizens is of relevance, as an unequal access and competencies related to digital media remains a problem of social inclusion in a digitalized world. Social inclusion demands ability to use digital media, a prerequisite that is difficult for a large number of older people. Empirical studies (Ratzenbock, 2016; Ezeh, 2015) have suggested older people's low usage of digital media. Senior citizens are regarded as people 60 years old and older. The uptake of ICTs by the elderly to fulfil their diverse information needs is ridden with unavoidable challenges militating against their full exploitation of these technologies (Afolayan,2017). There is need to reduce digital inequalities and to foster participation of all citizens including the elderly to the information society.

Although the multidimensionality of ICT experiences of older adults has been demonstrated repeatedly, there is still need for an empirical substantiation given the fact of individual aspects of ICT experiences of older adults in empirical material. This paper addresses accessibility, perception, skills and strategies in the use of digital technology amongst senior citizens in Nigeria, with a view to understanding how it affects their social inclusion which is significant in a digital society.

2. RESEARCH QUESTIONS

1. What is the level of use of digital media technologies among the senior citizens?
2. What are senior citizens' experiences and engagements in the digital space?
3. What influences the use of digitalmedia technologies among the senior citizens?

3. LITERATURE REVIEW. SENIOR CITIZENS AND DIGITAL MEDIA TECHNOLOGIES

There is a significant increase in the number of the elderly people as a proportion of the world's population (Aluko, 2007, Omotayo, 2015). This population is projected to increase to nearly 2 billion by 2050 (United



Nations Population Division, 2010). UNPD also noted that, two-thirds of the world's older people live in developing countries; and will increase to 80 percent by 2050. The aged or elderly are regarded as people 60 years old and older, although research (Givskov, 2017) has proved that women on the average live longer than men, which is why they are more exposed to experiences of decline in life quality as an effect of ageing.

Challenges faced by older people are mostly health issues and boredom. Boredom arises from loneliness (Thetide, 2012); and old age brings with it reduced capacity for work, as well as difficulties in accessing health care and other essential services, increasing the likelihood of older people becoming and remaining poor; and in condition of helplessness and passivity (Maierhofer, 2004), as well as technical illiteracy (Ostlund, 2005). The absence of well-funded Pension Scheme that could cushion everyday challenges that comes with old age (Agunbiade & Akinyemi, 2015) which results in over dependence on other; and reoccurrences of some health challenges make growing old worrisome in some communities in Africa.

Digital media is seen as a property of late modernity; and poses specific challenges on the older adults (Givskov, 2017); and digital literacy of older adults is often understood in relation to the supposedly declining minds and bodies (Lenstra, 2017). Empirical studies (Ratzenbock, 2016; Ezeh, 2015) have suggested older people's low usage of digital media. For example, in political socialization, scholars (Jennings and Zeitner 2003; Kohut, 2008; Kushin and Yamamoto, 2010) have proved that young people are particularly well-positioned to take advantage of the opportunities offered by the Internet and digital technology for political engagements than older adults. Among academics also, scholars (Ejechi, 2013; Ukwueze, 2014) found that older and longer serving lecturers tend to use the ICT tools less frequently than the younger colleagues.

However, there are individual elements that influence elderly people's usage of digital media which include; personal life-long interests in technologies (Ratzenbock, 2016; Fernandez-Ardevol and Arroyo Prieto, 2012); changes in personal living conditions, such as health status (AARP, 2010) and professional experiences (Buse, 2010). ICTs products are also less adapted to the elderly, example, computers and mobile phones often have complicated navigation steps and the interface is not suitable for use by the elderly (Omotayo, 2015).

Technology use among older adults is a quickly growing phenomenon, with beneficial outcome for those who choose to participate (Zheng et al, 2012). In this era of 'Big Data', the ICTs users increasingly traverse different, interconnected physical and virtual platforms, leaving traces and becoming present in places and times that



they may or may not recognise or appreciate (Jensen, 2016). For example, (AARP, 2010) has shown positive results that most of the family members getting closer after their elder family members have adopted the social networking site like Facebook. Children and close relatives tend to be more influential in the elderly decision to adopt and use ICTs because when people grow old, they usually have less contact with other people and so have reduced social networks (Omotayo, 2015). Digital technologies can enable the elderly to stay at home longer and in good health while increasing their quality of living by supplying ways of keeping in touch with their loved ones (AARP, 2010; Nistelrooij, 2010).

Conversely, it has been established that people have problems with media ubiquity, (Lomborg & Bechmann, 2015; Karlsen & Syvertsen, 2016). The digital technology/media with the characteristics they offer is likely to influence both individual's sense of present and their common ability to construct and maintain social relations, (Christensen & Jerslev, 2016). Joo & Teng, (2017) notes that social networking sites have also changed their users' perception of the lives of friends and family members, causing relationship problems largely around privacy, time demands and communication. The longer people log on Facebook, the more they start to believe that others have a better life than they do. This may cause most of them having bad impression and looking down on their family members which eventually leads to a negative conversation and relationships (Diaz, Evans, and Gallaher, 2011; Probono Australia, 2012).

4. THEORETICAL FRAMEWORK. USES AND GRATIFICATIONS THEORY

This work is anchored on Uses and Gratifications Theory. It was propounded in 1974 by Elihu Katz, Jay Blumler and Michael Gurevitch as an approach to understanding why and how people actively seek out specific media to satisfy specific needs. It focuses on the question 'what do the media do to people?' rather than, 'what people do with the media?' It discusses how users deliberately choose media that will satisfy given needs and allow one to enhance knowledge, relaxation, social interaction, diversion or escape. Uses and Gratifications theory also called functional theory is concerned with the social and psychological origin of needs, which generate expectation of the media which lead to different patterns of media exposure, resulting in need gratification and other consequences, mostly unintended ones (Lariscy, Tinkham, & Sweetser, 2011).

There are as many reasons for using the media as there are media users. People's needs are generated by their individual differences and they



selectively choose, attend to, perceive and retain media offerings based on their needs, beliefs, age, sex, occupation, level of income, ethnic group and educational qualification (Edegoh & Ezeh, 2015). The Uses and Gratification theory is relevant to the study in that it helps in explaining why senior citizens of Nigeria use or do not use digital media and; the gratifications they receive from them.

5. METHOD

Survey design was adopted for this study. The justification for the adoption of the survey research design is premised on its capacity to provide a platform on which the researcher can assess senior citizens' use of digital technologies. The area of study is Asaba and Calabar, capitals of Delta and Cross River states respectively in South-South geo-political zone of Nigeria, from which 300 respondents were purposively selected. The choice of the cities was because the educated older adult population who are more likely to have access to digital media than their cohorts are more likely to be found in the cities, either as professionals, retirees or business persons. The choice of 300 respondents as the sample size for the study was informed by the principle set forth by Comrey and Lee (1992), that "one guideline recommended for multivariate studies is as follows: 50 = very poor; 100 = poor; 200 = fair; 300 = good; 500 = very good; and 1000 = excellent.

The sampling technique adopted for this study was the multi-stage cluster sampling technique. The multi-stage cluster design is a procedure in which a sample of units is drawn by taking a series of simple random samples. In order to control sampling errors, it is best to use small areas or clusters both to decrease the number of elements in each cluster and to maximise the number of clusters selected (Babbie, 2010). Asaba and its environs have two local governments; Oshimili South and Oshimili North Local Government Areas. Oshimili South local government area was purposively selected because it is the seat of government in Delta state. Oshimili South was further clustered into four districts; Central Core Area, Okpanam Road, Ezenei Area and Cable Point Area. Calabar also has two local government areas; Calabar Municipal Government Area and Calabar South. Calabar Municipal was purposively chosen not only because it hosts the seat of the Cross River State government but also because it plays its role as headquarters of the Southern Senatorial Districts. Calabar Municipal was further clustered into the 10 wards in the local government; Ward 1 to Ward 10. It is the respondents aged 60 years and above that are within the



selected Local Government Area that constituted the sample frame for the study.

Owing that it is difficult to get the population of the senior citizens in Asaba and Calabar, the researchers decided to use Convenience Sampling Technique to select 50 respondents from each of the Local Government selected. The researchers targeted banks, pension offices of the selected local governments, shopping malls, business areas and worship places where they had contacts with the respondents. The questionnaire was designed for the collection of data for this study. The questions that elicited information on demographic data of the respondents are in ‘close-ended format’ while questions that addressed the research question are of ‘Likert –format’ statement on a five point scale. It is the senior citizens within the selected areas that constituted the sample frame for the study.

The results of study are presented, analyzed and discussed below using SPSS statistical tool. Three hundred copies of the questionnaire were administered on the respondents. However, 275 copies of the questionnaire were valid for this study. The details of results are as follows

6. RESULTS

Demographic Characteristics of the Respondents

	Frequency	Percent
Male	152	55.3
Female	123	44.7
Total	275	100.0

Table 1: Sex Distribution of the Respondents

The data on Table 1 above represent the gender distribution of the respondents. It shows that the females were a little under sampled.

Age	Male	Female	Total
60-65	65.1%	19.5%	44.7%
66-70	25.7%	56.1%	39.3%
71 and above	9.2%	24.4%	16.0%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Table 2: Relationship between the Age and Sex of the Respondents



The data on Table 2 above suggest that the senior citizens in the 60 to 65 age brackets constituted the highest population sampled. The data also suggest that among the sampled population, most of the female respondents were older than their male counterparts.

		Percent
Valid	Married	51.6
	Widowed	36.0
	Divorced	8.7
	Others	3.6
Total		100.0

Table 3: Marital Status of the Respondents

Data on the marital status of the respondents show that majority of the respondents 51% were married and the number that are divorced is grossly insignificant at 8.7%.

		Percent
Valid	Standard 6	9.1
	Secondary Education	22.2
	OND/Diploma	16.0
	HND/Degree	36.0
	M.Sc/Ph.D	11.3
	Others	5.5
Total		100.0

Table 4: Educational Qualification of the Respondents

Data on Table 3 above show that the respondents are relatively educated as majority of them are HND and Degree holders. Only very few of them have postgraduate degree and Standard 6.

Occupation	Sex		Total
	Male	Female	
Civil Servant	46.7%	19.5%	34.5%
Business	45.4%		25.1%
Professional	7.9%	40.7%	22.5%
Unemployed		39.8%	17.8%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Table 5: Relationship between Occupation and the Sex of the Respondents



The result of the occupation of the respondents (presently or before retirement) shows that majority of them are gainfully employed. However, female respondents constitute the few that are not gainfully employed

Average income per month	Sex		Total
	male	female	
Below N50,000	42.1%	23.6%	33.8%
50, 000 -99,000	57.9%	26.8%	44.0%
100,000 & Above		49.6%	22.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%

Table 6: Relationship between the Average Income and Gender of the Respondents

Data on Table 6 above show that majority of the respondents earn N50, 000 to N99, 000. It also shows that male respondents earn higher than their female counterpart.

Current Health Status	Age			Total
	60-65	66-70	71 and above	
Poor	32.5%	13.0%	13.6%	21.8%
Good	67.5%	12.0%	31.8%	40.0%
very good		75.0%	54.5%	38.2%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Table 7: Relationship between the Current Health Status and Gender of the Respondents

Data on Table 7above show the current health status of the seniors. The data indicate that majority of the respondents are still in relatively good health. Also the data suggest that the health condition of the respondents is not dependent on age.

Respondents’ Access and Use of ICTs

	Computers	Mobile Phones	Smart Phone/Tablets	Internet
Yes	32%	93.8%	50.2%	56.4%
No	68%	6.2%	49.8%	43.6%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	(n= 275)	(n= 275)	(n= 275)	(n= 275)

Table 8: ICTs Access by the Senior Citizens



The data on Table 8 represent the distribution of the respondents' use of ICTs. According to the table, almost all the respondents have access to mobile phone; about half have access to Smartphone or Tablet, while their access to computer is still low at 32%.

	Mean	Std. Deviation
Listening/reading news	2.22	1.172
Making and receiving calls	3.57	1.269
Connecting with family and friends through SNS	2.56	1.537
Watching video / listening to music	2.19	1.269
Seeking health information	2.51	1.386
E-transactions	1.45	1.464
Sending SMS	3.12	1.269
Sending Email	2.05	1.141

Table 9: ICTs Applications in use

Table 9 above displays the data on the ranking by respondents of the different ICTs applications they use. Reading across the table, it shows that only 'making and receiving calls' and 'sending messages' are significant at >3.0, while other applications are insignificant <3.0.

Respondents' Experiences with ICTs

s/n		N	Mean	Std. Deviation
1	I use ICTs in professional activities	275	2.46	1.386
2	Idon't have knowledge of ICTs	275	2.64	1.503
3	Idon't have interest in the use of ICTs	275	2.82	1.413
4	I have interest inICTs but could not learn it	275	3.57	1.358
5	I have interest but couldn't afford it	275	3.53	1.330
6	Iuse to forget how to give them	275	3.49	1.381
Valid N (listwise)		275		

Table 10 Senior citizens experiences with ICTs

This study further sought to know the respondents' experiences with ICTs. Going through the data on the Table 10, it could be deduced that skill, affordability and memory loss are the significant experiences the seniors have with the use of ICTs. Others are insignificant at < 3.0.



RQ3: What influences the use of digital technologies among the senior citizens?

		N	Mean	Std. Deviation
1.	Retirement	275	2.77	1.381
2.	Health condition	275	3.56	1.377
3.	Family and friends	275	3.68	1.253
4.	Online banking, e-commerce, etc	275	2.41	1.333
Valid N (listwise)		275		

What influences Seniors' adoption of ICTs

The most significant factor that influenced seniors' use of ICTs was family and friends influences, followed by health condition influences. Other factors were retirement and transactional, although there are insignificant.

7. DISCUSSION OF FINDINGS

The study set out to investigate the use of digital media among senior citizens in Asaba and Calabar, with a view to understanding how it affects their social inclusion in a digitalised society. It addresses accessibility, skills and experiences in the use of digital technology amongst senior citizens in Nigeria. The study focused on Computers, Smartphones/Tablets, Mobile Phones and Internet not only because of their salience in today's information/ knowledge society but also because of their importance and variability in this study.

The demographic data generated showed that there is no significant disparity between the genders used in the study, although the females were under sampled. Respondents' age 60-65 constituted the highest number in the valid sample of 275 senior citizens, accounting for 44.7 percent of respondents in the study, with women constituting the older population. This corroborates (Givskov, 2017) assertions that women on the average live longer than men which is why they are also exposed to experiences of decline in life quality as effect of aging. Most of the respondents were married. The study also found that most of respondents are graduates. This increases their possibilities of acquiring skills needed in the use of digital media, since ICTs are literate media. Most males among them were civil servants and earning an average of N100, 000, while majority of females among them were professionals. There was no clear indication that the male seniors earn higher than their female counterpart. The seniors are in



good health condition; meaning that fragility does not depend on age alone, but on other factors which could relate to an improved life style.

Access and use of digital media technologies have increased among the senior citizens in south-south Nigeria. Almost all the respondents identified had access to mobile phone, while a reasonable number of them have access to the Smartphone and the Internet. This also reaffirms the position of (Ogunlesi, 2013; Ezeh, 2015) that ICT usage in Nigeria cannot be understood outside the mobile phone revolution. ICTs are slowly but surely becoming part of older people's media repertoires just as in developed world. This corroborates (Zheng et al, 2012) observations that technology use among older adults is a quickly growing phenomenon. Majority of the respondents identified with the use of ICTs in keeping in touch with family members and friend through voice calls and text messages. However, the seniors' utilization of ICTs for social networking and e-mail is still low. They also do not trust/use ICTs for entertainment and financial transactions like banking, online shopping, virtual assistance etc as 'e-transaction' is grossly insignificant at $1.45 < 3.0$. This implies that digital inequality cut across different dimensions of online applications.

This result shows that the respondents' access to smartphones and the Internet does not translate to maximum social inclusion in the information society which is even more beneficial to the seniors who are limited in mobility (Reisenwitz et al, 2007). This is because, digital media technologies are not just neutral channels for the dissemination of information between people but are symbolic activities that involve rituals and practices of use, and influence our relations to others and the world around (Carey, 1992). This as such helps constitute the world as it is experienced, mediate our connection to other people, including our attachment to significant others (Fernandez-Arderol, Sawchuk and Grenier, 2017, p 41).

The second research question sought to understand senior citizens' experiences with ICTs. Despite being civil servants retirees and some professionals who had worked in many capacities in different offices in the major cities of Calabar and Asaba, majority of the respondents did not use ICTs in their professional and private activities. The seniors had interest in the use of digital media but less adaptability to the gadgets, affordability and memory loss at $3.57 > 3.00$, $3.53 > 3.00$ and $3.49 > 3.00$ respectively were their major impediments. Inability to adapt to the use of digital media gadgets could be as a result of what Schaffer (2009) calls generational identity; which denotes mode of media use that are based on youths experiences with the media which are habitually incorporated into everyday life. Older adults prefer careful, planned executed action than 'trial and



error' approaches to ICTs; and difference in practice can be related to different generational experiences with analogue media (Ratzenbock, 2016).

The cost of acquiring some of the gadgets and its services was also a challenge. It has also been indicated on Table 6 that most of the respondents earn between Fifty One Thousand Naira (N51,000.00) to Ninety Nine Thousand Naira (N99, 000.00) which is an average of about Three Thousand, Two Hundred and Seventy Seven (\$3,277.00) dollars per annum. The unstable Retirement Pension Scheme in Nigeria could also put the seniors, mostly retired from active service in a financial jeopardy. Another challenge found is the memory loss and less adaptability of the gadgets to the seniors. Most of the respondents admitted not using digital media because they would always forget how to use them. This memory loss could be as a result of old age which (Lenstra, 2017) said comes with thought process.

The third research question was to identify the factors that influence senior citizens' participation in the digital space. Family and friends of the seniors are the most influential in their adoption and use of digital media technologies. This means that children and close relatives tend to be more influential in the elderly decision to adopt and use ICTs because when people grow old, they usually have less contact with other people and so have reduced social networks (Omotayo, 2015). AARP(2010) has also proved that most family members get closer after their elder family members have adopted digital technology. The adoption of ICTs could also help the seniors kill boredom which is considered as one of the challenges facing the elderly (Thetide, 2012) . This is also in line with the views of Uses and Gratifications Theory that the rate of adoption and use of media depends on the need the users want to satisfy

Change in the structure of everyday life such as retirement is another significant factor in the adoption of technologies among seniors. This no doubt could be related to the idea of avoiding boredom and maintaining social network of family and friends. However, the seniors are yet to maximize the potentiality of the online media, considering it as a home doctor, and for business transactions. These are still insignificant at <3.0.

8. CONCLUSION

The use of ICTs is linked to the feelings of being in control of today's social environment. The seniors are positioning themselves in the wider context of social inclusion by acquiring the ICTs physical gadgets but digital equality goes beyond mere acquisition of ICTs. The usage gap is



clearly visible as most seniors were not taking active part in the digital activities. The study however concludes that senior members in the South-South geo-political zone in Nigeria are interested in the use of digital media, but lack of skills, access, and memory loss continue to be impediments and excluding factors in the digital space.

9. RECOMMENDATIONS

The study recommends as follows:

1. There should be community support for digital literacy of the older adults so that the seniors who are the most vulnerable in the society will find inclusion in digital activities and involvements.
2. To understand how older citizens embrace technologies that could better their lives, there should be continuous measures for subgroups of seniors, like the rural seniors. Also, since technology is ever evolving, so the need to continue measuring different technology applications.

References

- Babbie, E. R. (2010). *The practice of social research*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Cash, H., Rae, C. D. & Steel, A. H., Winkler, A. (2012). Internet addiction: A brief summary of research and practice. *Current Psychiatry Review* 8(4) 292–298.
- Christtensen, L. & Jerslev, A. (2016). Media presence- mobile modernities. In *NORDMEDIA; Media Presence and Mobile Modernities*. Christa Christensen & Anne Jerslev ed. Sweden: Ale Tryckteam.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Diaz, Y., Evans, L., & Gallagher, R. (2011). *Anti social networking: how do texting social media affect our children*. Retrieved from http://www.aboutourkids.org/articles/antisocial_networking.
- Ejechi, E. O.(2013), Information and Communication Technology in academics: how far with elderly Nigerian academics? *International Journal of Humanities and Social Science*, 3 (6), 78-88.



- Givskov, C. (nd). *Newmedia and elderly people's social relationships*. Retrieved from <https://mcc.ku.dk/research/focus-areas/ageing-and-old-age-in-the-media-and-elderly-peoples-media/newmediaelderlypeople/>
- Jennings, M. K. & V. Zeitner. (2003). Internet use and civic engagement: a longitudinal analysis. *The Public Opinion Quarterly*, 67(3), 311–334.
- Joo, T. M. & Teng C. E. (2017). Impacts of social media (facebook) on human communication and relationships: A view on behavioral change and social unity. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 7(4), 27-50.
- Kohut, A. (2008). Social networking and online videos take off: Internet's broader role in campaign. *The PEW Research Center*.
- Kushin, M., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(1), 608-630.
- Morris M. G. & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decisions: implications for a changing workforce. *Personnel Psychology*, 53(2), 375–403.
- Adebunmi, A. Y. (2007). Old age and social security in Nigeria: The challenges of the New world Order. *International Journal of Social and Management Sciences*, 1(1), 73-86
- Oluyinka T. A. (2017). Influence of ICTs on the information behavior of the elderly in Nigeria. *International Journal of Information Communication and Human Development*, 9(3), 9-18
- Omenugha, K. A. (2010). Influence of modern ICTs on the academic and social behaviour of students in a selected Nigerian university. *Journal of Communication and Media Research*, 2(1), 43-53.
- Omotayo, F. O. (2015). Adoption and use of information and communication technologies by educated elderly people in Ibadan metropolis, Nigeria *Indian Journal of Information Sources and Services*, 5(1), 34-45.
- Probono Australia, (2012). *Social media use impacts families and relationships*. Retrieved from <http://probonoaustralia.com.au/news/2012/02/social-media-use->
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations*. (5thed). New York: Free Press.
- Rogers E. M. (1997). *Diffusion of Innovations Theory*. Retrieved from <http://nmlm.gov/pnr/eval/rogers>



Список литературы

- Babbie, E. R. (2010). *The practice of social research*. Belmont, CA: Wardsworth.
- Cash, H., Rae, C. D. & Steel, A. H., Winkler, A. (2012). Internet addiction: A brief summary of research and practice. *Current Psychiatry Review* 8(4) 292–298.
- Christtensen, L. & Jerslev, A. (2016). Media presence- mobile modernities. In *NORDMEDIA; Media Presence and Mobile Modernities*. Christa Christensen & Anne Jerslev ed. Sweden: Ale Tryckteam.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). “They are happier and having better lives than I am”: the impact of using Facebook on perceptions of others’ lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121.
- Diaz, Y., Evans, L., & Gallagher, R. (2011). *Anti social networking: how do texting social media affect our children*. Retrieved from http://www.aboutourkids.org/articles/antisocial_networking.
- Ejechi, E. O.(2013), Information and Communication Technology in academics: how far with elderly Nigerian academics? *International Journal of Humanities and Social Science*, 3 (6), 78-88.
- Givskov, C. (nd). *Newmedia and elderly people's social relationships*. Retrieved from <https://mcc.ku.dk/research/focus-areas/ageing-and-old-age-in-the-media-and-elderly-peoples-media/newmediaelderlypeople/>
- Jennings, M. K. & V. Zeitner. (2003). Internet use and civic engagement: a longitudinal analysis. *The Public Opinion Quarterly*, 67(3), 311–334.
- Joo, T. M. & Teng C. E. (2017). Impacts of social media (facebook) on human communication and relationships: A view on behavioral change and social unity. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*, 7(4), 27-50.
- Kohut, A. (2008). Social networking and online videos take off: Internet’s broader role in campaign. *The PEW Research Center*.
- Kushin, M., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(1), 608-630.
- Morris M. G. & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decisions: implications for a changing workforce. *Personnel Psychology*, 53(2), 375–403.
- Adebunmi, A. Y. (2007). Old age and social security in Nigeria: The challenges of the New world Order. *International Journal of Social and Management Sciences*, 1(1), 73-86



- Oluyinka T. A. (2017). Influence of ICTs on the information behavior of the elderly in Nigeria. *International Journal of Information Communication and Human Development*, 9(3), 9-18
- Omenugha, K. A. (2010). Influence of modern ICTs on the academic and social behaviour of students in a selected Nigerian university. *Journal of Communication and Media Research*, 2(1), 43-53.
- Omotayo, F. O. (2015). Adoption and use of information and communication technologies by educated elderly people in Ibadan metropolis, Nigeria *Indian Journal of Information Sources and Services*, 5(1), 34-45.
- Probono Australia, (2012). *Social media use impacts families and relationships*. Retrieved from <http://probonoaustralia.com.au/news/2012/02/social-media-use->
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of Innovations*. (5thed). New York: Free Press.
- Rogers E. M. (1997). *Diffusion of Innovations Theory*. Retrieved from <http://nlnm.gov/pnr/eval/rogers>

Mass Culture

**Исследования массовой
культуры**



CULTURAL DISPLACEMENTS AS POLITICAL AND IDENTITY ACTS: BRIEF ESSAYS ON SOME BRAZILIAN CASES¹

Valterlei Borges de Araújo (a), Júlio César Suzuki (b)

(a) PROLAM. Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, Brazil. E-mail: val.borges@gmail.com

(b) Department of Geography and PROLAM. Universidade de São Paulo (USP). São Paulo, Brazil.
E-mail: jcsuzuki@usp.br

Abstract

We begin with the concepts of identity and difference to try to point some relationships existing between the social construction of identities and its geographical and regional link. As to delimit the conceptual and interpretative use, this text, written purposefully in essay format, restrains the bibliography to authors in the area of Cultural Studies. We depart from a brief presentation and description of some Brazilian situations. Our objective is to exemplify how social appropriation and reproduction of the concepts of identity and difference may help to build an identity and, therefore, to intervene in social reorganization. Our study is inserted in what has been called southern studies, that is, studies thinking and produced from southern epistemologies. Although the authors used also dialogue with other fields of study, we try to explore the analysis by thinking from the south. Departing from the cases we present we intend to contribute with expanding the studies on the objective/subjective relationship between identity and territory.

Keywords

Identity, difference, territory, cultural acts, southern epistemologies, southern studies, global south, Latin America, South America, Brazil



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

¹ This version has been revised and expanded with new considerations. The first version of this text was published in Portuguese. Cf. Araújo, V. B. & Suzuki, J. C. (2019). Afirmar é negar: Vitor Ramil, um caso fronteiriço na música popular brasileira. In T. da S. Capaverde & L. R. Silva, (Orgs.), *Deslocamentos culturais e suas formas de representação. Coleção Expressão, vol. 2* (pp. 112-130). Boa Vista: Editora da UFRR.



КУЛЬТУРНОЕ ПЕРЕМЕЩЕНИЕ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ И ИДЕНТИФИКАЦИОННЫЙ АКТ: КРАТКИЕ ОЧЕРКИ О НЕКОТОРЫХ БРАЗИЛЬСКИХ КЕЙСАХ

Араужо Вальтерлей Боржез де (а), Сузуки Жулио Сезар (b)

(а) Программа латиноамериканской интеграции (PROLAM), Университет Сан-Паулу, Сан-Паулу, Бразилия. E-mail: val.borges@gmail.com

(b) Департамент географии и Программа латиноамериканской интеграции (PROLAM), Университет Сан-Паулу, Сан-Паулу, Бразилия.
E-mail: jcsuzuki@usp.br

Аннотация

Начиная с понятий идентичности и отличия, авторы статьи попытались выделить некоторые связи, существующие между социальным устройством идентичности и ее географическими и региональными взаимосвязями. Чтобы очертить границы концептуального и интерпретативного использования, этот текст, написанный целенаправленно в формате эссе, ограничивает библиографию до области культурологии (Cultural Studies). Авторы начали с краткого изложения и описания некоторых ситуаций в Бразилии. Цель исследования состоит в том, чтобы продемонстрировать, как общественное присвоение и воспроизведение концепций самобытности и различий может способствовать формированию идентичности и, следовательно, вмешательству в социальную реорганизацию. Данное исследование включено в так называемые Южные исследования, т.е. исследования, основанные на южных эпистемологиях. Хотя авторы использовали также результаты других областей исследований, "южный" подход был в приоритете. Отталкиваясь от представленных примеров, авторы намерены внести свой вклад в расширение исследований объектно-субъектной связи между идентичностью и территорией.

Ключевые слова

Идентичность, различие, территория, культурные акты, южные эпистемологии, южные исследования, глобальный юг, Латинская Америка, Южная Америка, Бразилия



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. INTRODUCTION

When we think in small groups or social categories, we hardly pay attention to the fact all these are, without exception, fruits of the same culture. That is to say, these are social subjects ruled by a certain social order mostly processed and incorporated in daily life. Many times we do not know why we act or think in a certain way or with certain social assumptions. Thus, this stance ends up to affirm, or to reflect, our social category in the game of mirrors which permeates the social construction of identities.

The objective of this essay is to present some processes of social construction of identities when we analyze the stance of social groups or categories, specially those whom make use of discourse for self-assertion in contrast to some prevailing social or cultural norm. Thus, we understand the affirmation becomes an artifice of negation of the opposing party or of the norms to which one is opposing to. This happens because to affirm something is also to negate something (and usually one denies the norm, the supremacy). Therefore, all affirmations come always loaded with the desire to negate someone or something representing the status quo. Otherwise, the affirmation is not necessary, as there is consensus.

Our theoretical references are based especially in the concepts of identity and difference as approached by authors connected to Cultural Studies. Among them, we highlight: Tomaz Tadeu da Silva (2014), Stuart Hall (2002, 2013, 2014) and Kathryn Woodward (2014). Tomaz Tadeu da Silva has an important role on this discussion in Brazil, because besides having quite a significant production, he also translated referential studies on the subject. In one of these works, titled *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais* (Identity and Difference: the perspective of Cultural Studies) (Silva, 2014), composed of three articles, Tomaz Tadeu da Silva publishes an author paper and translates two papers, one by Kathryn Woodward and another by Stuart Hall. It is, above all others, upon the research developed by these three authors from this book we develop our own research.

The present essay brings a brief description of some cultural acts, which we will further comprehend as political acts, above all in Brazilian urban reality. We especially highlight the case of Brazilian musician Vitor Ramil (see Araújo, 2016; Panitz, 2010). In each case, we point to some cultural displacements used for the construction, affirmation or redefinition of the desired identities.



2. UNDERSTANDING THE CONCEPTS OF IDENTITY AND DIFFERENCE

We know the creation of an identity is important insofar as, through similarities in identity, any group in confront situation or while being a minority may demand for itself a social and political space for action and representation. Identity becomes a vital concept for contemporary social groups.

The context in which the identity is built and evoked is an elementary factor to comprehend the real necessity for the formation of a group. Many times, there is the creation of a wide identity aiming at giving more visibility to the group, which usually was subject to a process of historical erasure. This creation is linked to ideology, that is to say, to the prevailing system of values, which may be shared by the group. In this situation, when a corpus of political individuals constitutes itself, the differences existing among the group itself tend to be erased to promote the larger corpus.

Self-definition is linked directly to the form in which one group decides to confront another: this is a fight of divergent or even conflicting, but dependent systems of values. Self-representation serves both for acting in front of the other and for the evaluation of this situation. The other is always a fundamental component for the formation of conscience itself. The *identity* is usually linked to dominant value systems while the *difference* (the other) is outside, opposing itself against the dominant system. In other words: the *identity* tends to be ideological while the *difference* tends to be counter ideological. When I affirm my identity I am always negating other identity or identities. Therefore, regardless of ideological disputes, *identity* and *difference* are dependent. In the words of Tomaz Tadeu da Silva: “this reflects the tendency of taking what we are as the norm by which we describe or evaluate what we are not” (Silva, 2014, p. 76). Or still:

To fix a certain identity as the norm is one of the privileged forms of creation of a hierarchy of identities and differences. Normalization is one of the most subtle processes through which power manifests itself in the field of identity and difference. Normalize means electing - arbitrarily - one specific identity as parameter against which all other identities are evaluated and put into a hierarchy (Silva, 2014, p. 83).

This leads us to complete the argument, also according to what is said by Woodard (2014, p. 13). He affirms identity is relational, while



difference is established by a symbolic marking regarding other identities: *difference* tends to be a shadow of *identity*.

In this context marked by more conflict, the term multiculturalism¹ is frequently sought to justify or at least to calm the disputes at stake. The idea of diversity is particularly problematic because it tends to be benevolent in its appeal to tolerance and respect towards difference. Many times it obscures the real conflicts (Silva, 2004, p. 73). On the other hand, specially after 1990, we notice increasingly more categories and many cultural groups being claimed as a form of identification and differentiation. We understand there is a weakening of the micro-identity idea on behalf of subdivisions with specific and minority interests and identities. This same stance also seems to be emerging more widely in the current international and geopolitical scenario. Thus, the discussions regarding *identity* and *difference* are once again on the spotlight of big means of communication. Many times these discussions come on the form of coverage on nationalism and globalisation².

Having said that, we will see how Tomaz Tadeu da Silva, Kathryn Woodard and Stuart Hall (all of them are linked to Cultural Studies) analyzed and comprehended the concepts of *identity* and *difference*. It is important to note the theory developed by each author about these same concepts. As identity is a social construct, the definition and specially the use of these conceptual tools end up impacting the analysis of social phenomena and, ultimately, the disputes in daily life.

Tomaz Tadeu da Silva (2014) studies aspects from the construction and use of the concepts of identity and difference, such as the social construction departing from affirmations and negations of language, the definition and social fixation of identities and the performativity of *difference* in the social field. To the author, identity, such as difference, is a social relation and, therefore, is subject to power relations. “The affirmation of identity and the enunciation of difference convey the desire of different social groups, situated asymmetrically, to guarantee privileged access to social assets” (Silva, 2014, p. 81). Identity and difference do not share the social sphere harmoniously, because they are impositions and they dispute hierarchies.

In her turn, Kathryn Woodward (2014) presents some approaches on the construction of the concepts of identity and difference. To this author, identity is relational, besides being a symbolic and social construction

¹ According to HALL (2013, p. 57), the term *multiculturalism* “refers to strategies and policy adopted to govern and to manage problems of diversity and multiplicity generated by multicultural societies”.

² See, for example, the interview of Israeli historian Yuval Noah Harari. Available at: <https://www.ted.com/talks/yuval_noah_harari_nationalism_vs_globalism_the_new_political_divide?utm_source=meio&utm_medium=email>. Access: August, 16th. 2018.



marked by history. On the other hand, *identity* is established by a symbolic marking in relation to the other identities and commonly sustained by exclusion, usually because it is not associated to the essentialist aspects of identity. The *difference* may as well be seen as more or less important, depending on the particular places and moments, what may characterize a higher or lower value for this position. Woodward points two versions of identity essentialism: one is founded in the “truth of tradition and the roots of history”, the other is founded on the “‘natural’, fixed category, in which truth is grounded on biology” (Woodward, 2014, p. 38). Therefore, identity essentialism may be historic and cultural or biologic and natural. The commonality between the two is an *unified* conception of identity.

In his turn, Stuart Hall (2014) dismisses the concept of essentialist identity and presents a strategic and positional concept, which focus on using resources from history, culture and especially from discourse for the production of what, as the author argues, we want to become. For Hall, identities are fragmented and fractured. They are constituted during discourses, practices and positioning which may agree or disagree. “Identification is, in the long run, conditional; it is, in the long run, housed on contingency. Once established, it will not nullify the *difference*” (Hall, 2014, p. 106). Identification thus becomes a “suturing”, never reaching complete adjustment.

It is important to note each author uses distinct forms of social analysis to develop their interpretation of the concepts of *identity* and *difference*. Silva appeals to language studies and to social performativity mediated by hierarchy impositions and disputes to comprehend what exactly is the conflict between the hegemonic and the subordinate. For Silva, conflict is one of the central questions in the debate. Woodard appeals to the historical and cultural context which can change interpretations, and also to biology which ends up impacting directly the acting out of roles played in the social arena. For Woodard, the essence of *identity* and *difference* may be comprehended with historical and cultural or biological assistance. In either case, it tends to build a more stable and unified identity. Finally, Hall analyzes identity as a strategy, which appeals to diverse elements (historical, cultural, social) for the social construction of an argument. It is never definitive nor unified, as at all times it interacts with interests and strategies of representation.

In our perspective of analysis, we think Stuart Hall’s approach is the most adequate to what we intend to explore and understand: the construction of the identities as fruit of speech and narratives, therefore, as a social construct with certain flexibility, specially when *surplus value* is incorporated. In other words: identity is molded or “sutured”, as Hall



prefers, when *surplus value* is incorporated. This way, identities are increasingly strategic. They try to draw near to the social speech in the spotlight.

However, there is a duality seemingly always present: *identity* versus *difference*. If identities are socially molded, consequently narratives and social disputes are also displaced to speech. This way, the dominant identity is always in conflict with the dissonant identities, that is to say, with *difference*. *Difference* here is what or whom differs from hegemony, sometimes intentionally, sometimes unintentionally. Nowadays, we notice it has been happening in an increasingly intentional way and with very diverse needs for affirmation.

3. CONFLICT AND NEED FOR AFFIRMATION

For the need for affirmation to exist, there needs to be a duality of *identity* and *difference* as antagonistic stances. What we see here is *identity* as the *norm*, which tends to direct social life and, therefore, to hold hegemony instead of minorities, and *difference*, which tends to contrast to the hegemonic model and, therefore, it deviates from predominant social norms. However, we must pay attention to the fact that *identity* and *difference* are dependent. Otherwise we would have consensus again. From this, we may conclude there is no mediation between this concepts, but conflict. Conflict is a key element in this dispute for representation.

[...] The affirmative form in which we express identity tends to hide this relationship. When I say 'I am Brazilian' it seems I am making a reference to an identity which exhausts itself. 'I am Brazilian' - period. However, I only need to make this affirmative because there are other human beings who are not Brazilian. [...] The affirmative 'I am Brazilian' is in reality part of an extended chain of 'negations', of negative expressions of identity, of differences (Silva, 2014, p. 74-75).

There has to be some conflict so the separations and consequently the definitions are reached and better defined in each group. Usually an identity is desired or questioned when there is conflict, which may be of a social, economic, class or other nature. This allow us to affirm the conflict may be directly linked to the construction and the definition of identities and differences. Sylvia Caiuby Novaes (1993) argues this constructions are like a game of mirrors: you build yourself departing from the reflection of the other and vice versa.



The representation of oneself is, obviously, linked to the representation one makes of the other and [...] of various others appearing in the scene in a certain context. In reality, there is an interdependence relationship between the image we make of ourselves and the images we make of these many others (Novaes, 1993, p. 21).

The creation of an identity is important insofar as, through similarities in identity, any group in confront situation and while being a minority may demand for itself a social and political space for action and representation. Thus, identity becomes a vital concept for contemporary social groups claiming them. Without this definition, there is the risk of disappearance for the group.

Since identity is not a given, which we can verify, but a condition created from historical and cultural elements, its efficacy as a factor to coordinate action is transitory and will increase in proportion to its association to a emotional dimension of social life (Novaes, 1993, p. 24-25).

Therefore, the act of affirmation is also an act of negation of something, some system, some speech - usually something opposing the affirmation. In the contemporary world, we see more and more speeches of affirmation. Many of these speeches are against the *establishment*, even if they lack objective intention. When we affirm “I am a vegan”, “I am a cyclist”, “I am analogical”, etc., all we are in some way or another negating or at least creating another way of different representativity opposed to the norm created by the capital. In a world in which the production of animal meat, of cars, and the digitalization reach a significant part of the population, we must be aware to the increasingly strengthening of some minority groups of “opposition”. It is no accident many of these groups emerged in the big urban centers.

4. CULTURAL ACTS AS POLITICAL AND IDENTITY ACTS

Cultural acts always were a form of political struggle against the dominant system or at least a collective attempt of construction through another way essentially different of that bordered by the elite and the capital - which in this case are merged. *Difference* is also this: opposition and negation of *status quo* and dispute for new forms of representation and redefinition of social life departing from cultural manifestations. We know, since the colonial times in the Brazilian case, the redefinition the African



Brazilians gave to the saints from the Catholic faith - the official religion of Portuguese invaders -, which continues up to this day.

In this sense, we currently see many diverse manifestations with a cultural-ethical-political hallmark which build themselves under the same paradigm. To continue the examples, we should think about what veganism has become, much more than a food option. It became a political attitude to defend animals' rights. Therefore, the vegans refuse to consume any product of animal origin. Their diet is composed exclusively by product of plant origin. Nowadays it is also possible to include personal hygiene products such as shampoo, soap and skin creams. Among the cyclists there is a will to reinvent the cities, to produce a more humane city without cars and less pollutants. This is an effort to rethink the means of transportation used in big cities. These means of transportation usually produce gases harmful to the environment, besides occupying a space (including physical space) which could be occupied by the citizen. In São Paulo, we see nowadays some private initiatives, usually linked to startups or social business. They try to change this paradigm, offering services such as shared bicycles, cars and scooters. We may also see a technological wave offering older products, now rebranded as vintage, sometimes as a way to recover the quality offered by analogical products, other times as a way to recover privacy. In the first case, we may list the return of Walkmans and Discmans, sold by Sony starting in 1979 and 1984 respectively, now sold as vintage products. We may also see an increasing wave of old 33 rpm LPs. They first appeared in 1984 and to this day they still offer a superior quality of musical reproduction than that offered by CD, a medium launched by Sony in 1982 (Araújo, 2014). In the second case, we may list the reappearance of analogical mobile phones (common in Brazil in the first decade of the 2000s) which, besides being vintage, do not offer any resource present in smart phones (which proliferated in Brazil in the second decade of the 2000s). This is why these cellphones offer a return to lost privacy especially after the popularization of digital social media. Although the cases we cited are distinct, we may highlight the common *modus operandi*: there is an appreciation for certain technologically obsolete life and consumption styles which are coming back to daily life loaded with symbolic *surplus value*, usually opposing contemporary life style.

In the same way of other movements, which are contemporary, these are emerging as an answer to social norm, such as *black cultural capital*, *black money* and *pink money*. The Black cultural capital is a movement trying to appreciate and recognize the cultural capital present in African-American culture, such as Hip-Hop, Graffiti, Street Basketball, etc. That is to say, it is appreciating cultural and sports manifestations present in black



North-American community (which is present in many Latin-American countries). It was perceived as subcapital not long ago. However, now it begins to be comprehended as Black Cultural Capital. After appreciation and recognition, it begins to confront the dominant culture. The Black money is a movement stimulating black consumption in the black community, with the stimulus to black entrepreneurship. This way black money should prioritize consumption and circulation in the community itself as to consolidate the black entrepreneurship ecosystem¹. The same happens with pink money. This is the money spent by LGBTI community. It is stimulated to consume inside the community, as an attempt to create positive feedback inside the community. Some big companies perceive this market potential. They direct special campaigns specific to target these segments², specially in commemorative days, such as the Day for Black Awareness or the LGBTI Parade³.

Therefore, when we begin to understand cultural acts as political or identity acts, we must note the mediations created and occupied by the market itself as to maintain control, reinforcing older social norms or imposing new norms disguised by integrative or inclusive speeches. The reproduction of these discourses is increasingly evident in different social strata, as they may (doubt here is purposefully brought up) not be expressing the reality of their reproducers. In this scenario, there is a social questioning about the maintenance of *status quo* and consequentially the weakening of the social norm's foundations. Thus, there are political and social questionings, uncertainties and disputes between hegemonic actors (norm) and marginalized actors (difference).

This reality - which is strengthened by the digitalization or virtualisation of social relationships - may bring losses or gains with the weakening of the norm, especially by strengthening and appreciating information from alternative circuits. We see increasingly the proliferation of alternative channels of information or even channels disguised as channels of information (as a general rule, they should only be considered communication channels). This imprecise zone about the reliability of information is producing harsh consequences in the political, social, economic, ethical, aesthetics and on other fields. The social unfolding also encompasses, in our view, discussions of *identity* and *difference* which are

¹ About Black money, see, for example, the TV show Mundo S/A exhibited by Globo News in May 27th, 2018. Available at: <https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&v=us126L6BK0g>. Access: August, 30th. 2018.

² Notably, the capital has already co-opted these populations seeing in them important market shares.

³ About Pink money, see the story "O poder do *pink money*" (The power of Pink money) in Istoé magazine. Available at: <<https://www.istoedinheiro.com.br/noticias/investidores/20130531/poder-pink-money/3262>>. Access: August, 30th. 2018.



disguised by speech. The conflict tends to make the extremes bloom. Now it comes disguised as discussions on nationalism versus globalisation. It disguises at least partially a dispute which could be less geopolitical and more social.

5. CULTURAL DISPLACEMENTS IN POPULAR MUSIC

The reconfiguration we are experiencing obviously hits the cultural field in its many aspects. In the case of Brazilian Popular Music, the changes seem to have occurred more strongly after the 1990s (Araújo, 2016). One of the exponents of this decade marked by important “movements” - such as Mangue Beat, Axé Music, Brazilian Funk, Pagode and the Aesthetics of Cold - is Gaúcho (from the Brazilian state of Rio Grande do Sul) musician and composer Vitor Ramil.

In this author’s work, we see many questionings relating to *identity* and *difference*, especially when Ramil still in the 1990s and living in the city of Rio de Janeiro turns his musical production - and his speech - to themes linked to his origins. It is in the heat of Rio de Janeiro’s winter - it is important to remember Rio de Janeiro’s winter is hot - that Ramil begins to reflect on his own Southern identity and a (possible) *Aesthetics of Cold* as a form to confront the hot aesthetics dominating Popular Music in the tropical country named Brazil.

He begins by thinking about the hegemony or the norm. Then Ramil builds an argument in a certain way of opposition to the dominant identity but which at the same time could represent himself inside his own country without making him a *persona non grata*. For Ramil, the opposition happens by the *cold*. The cold becomes a symbolic representation of opposition to the aesthetics of hot and tropical.

Ramil acted consciously or unconsciously by *difference*. There is no way to confront the norm without affirming or exposing the *difference*. To affirm is to negate, always. When we affirm something we do so to mark a difference or to oppose ourselves to something, usually the norm. It is always a dispute. Therefore, it is a dispute by the kind of representation we intend to make initially departing from *the* speech and afterwards *through* the speech itself.

Vitor Ramil’s speech - associated to a redefinition of the market - ended up transforming him in a representative of Southern Brazil’s music and in some moments even of Sur’s music. That is to say he also became representative of the music produced in the La Plata basin, encompassing the two countries bordering Rio Grande do Sul. The gentilic used by the state gives us a hint.



The word “gaúcho” is nowadays a gentilic referring to inhabitants of Rio Grande do Sul. The gaúcho stereotype is one of the most widespread nationwide, if not the most widespread [...]. The gaúcho is a type common to Uruguay and Argentina. The difference is: in these countries the gaúcho (gaúcho in Portuguese) is simply a rural man. It is never a gentilic referring to inhabitants of urban centers (Ramil, 2014, p. 11-12).

This way we understand Vitor Ramil’s work produced after 1990s as a kind of frontier production, marked by difference, which maintains a dialog with musical production in Uruguay and Argentina at the same time it affirms itself in Brazil as a production deriving from the Aesthetics of Cold. That is to say, it is an aesthetics, which opposes purposefully the aesthetics of hot predominant in Brazil.

It is important to highlight the dialog waged by Ramil surpasses by far the speech and develops into partnerships in compositions (as in *Viajei e 12 segundos de obscuridad*, with Jorge Drexler, both from the album *Satolep Sambatown*, of 2007) and shows in neighboring countries (Montevideo and Buenos Aires). Another point we must highlight in Ramil’s productions is the presence and the frequent use of the Spanish language, be it via poems put to music (as in the case of poems from *Para las seis cuerdas*, book by Jorge Luis Borges, published in 1965) or even the recording of albums entirely or partially composed in the Spanish language (*Tambong en Español*, from 2000, and *Délibáb*, from 2010, respectively). We may also identify in his songs a certain reference to neighborhoods and cities from South America (Montevideo, San Telmo and Punta del Diablo are present in the songs *Duerme, Montevideo* and *Ana (Sara)*, both from the album *Campos Neutrais*, from 2017), something which is not common in the current Brazilian Popular Music scene.

Last, but not least, we think the reflections are synthesized especially in three works which help us to comprehend the border space of Southern Brazil invented and occupied by Vitor Ramil: the essay *A estética do frio* (2004 [1993]) (The Aesthetics of Cold) and the album *Ramilonga – A estética do frio* (1997) e *Délibáb* (2010).

6. FINAL CONSIDERATIONS

In this essay we aimed at exemplifying some evidence of socially constructed relationships between identity and territory, departing from cultural acts and displacements. In this way, what initially could be



interpreted as daily life activity may acquire new social outlines and consequently it may acquire new social representations. Identity, in this sense, may also be linked to certain urban devices and to some agendas of some minority groups or certain kinds of artistic production.

However, the factor that grabs our attention is the apparent weakening of a bigger issue (a national cause) on behalf of the affirmation of small identity groups (with diverse, but representative causes). More and more in Brazil the strengthening of subgroups becomes more evident, with the most diverse causes. There is a positive side to the larger representation and inclusion, but there is also a negative side of divisions and the growing of tensions among the groups. It is also important to affirm we have no intention of making any kind of value judgment on these agendas.

When there seems to be a natural tendency for daily life acts to be comprehended as cultural acts, our inclination is to fall into the temptation of identity affirmation in every instant - be it in minority groups or even in majority groups. In this case, the conflict may also emerge more easily. Besides, to live may turn into a frequent necessity of affirmation. Thus, we have the perfect context for the eruption of cultural wars or identity wars.

Although the main objectives (collectivity) of social relationships remain the same, the subjective principles (particularities) are being redefined at all times. Finally, this means to affirm the following: the relationships of the collective order tend to weaken in face of the particular relationships, or, still: the collectivity may lose space to the dynamics of particularity. In some way, in the examples presented, although in very brief and fragmentary form, we have some indications of this change in Brazilian social arena.

References

- Akerlof, G. A. & Kranton, R. E. (2010). *A economia da identidade: como nossa personalidade influencia nosso trabalho, salário, bem-estar e a economia global*. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier. (*The Economics of Identity: How Our Personality Influences Our Work, Salary, Welfare and the Global Economy*. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010).
- Araújo, V. B. (2014). *Novos modelos de produção musical e consumo: um estudo sobre as mudanças ocorridas com o advento das plataformas digitais*. Niterói: Eduff. (*New Models of Music Production and Consumption: a Study of the Changes that Occurred with the Advent of Digital Platforms*. Niterói: Eduff, 2014).
- Araújo, V. B. (2016). Em uma esquina do sul: fragmentações e construções identitárias na música platina a partir da análise da obra de Vitor



- Ramil. *Tese. (Doutorado em Estudos de Literatura)*. Instituto de Letras. Niterói: Universidade Federal Fluminense. (In a Southern Corner: Fragmentation and Identity Constructions in Platinum Music from the Analysis of Vitor Ramil's Work. *Phd Thesis. (Doctorate in Literature Studies)*). Institute of Letters. Niterói: Fluminense Federal University, 2016).
- Borges, J. L. (20 fev., 2019). *Para las seis cuerdas*. 1965. Disponível em: <https://www.literatura.us/borges/cuerdas.html>. Acesso em: 20 fev. 2019. (*For the Six Cuerdas*. 1965. Retrieved from <https://www.literatura.us/borges/cuerdas.html> 20 fev., 2019).
- Hall, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A. (*Cultural Identity in Postmodernity*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.).
- Hall, S. (2013). A questão multicultural (The multicultural question). In S. Hall, *Da diáspora: identidades e mediações culturais. Organização: Liv Sovik*. Belo Horizonte: Editora UFMG (*From the Diaspora: Identities and Cultural Mediations. Organization: Liv Sovik*. Belo Horizonte: Publisher UFMG)
- Hall, S. (2014) Quem precisa da identidade? (Who needs the identity?) In: T. T. da Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and Difference: the Perspective of Cultural studies)*, 15. ed. (pp. 103-133) Petrópolis, RJ: Vozes.
- Novaes, S. C. (1993). *Jogos de espelhos: imagens da representação de si através dos outros (Mirror Games: Images of the Representation of Oneself Through Others)*. São Paulo: Edusp.
- Panitz, L. M. (2010). Por uma geografia da música: o espaço geográfico da música popular platina. *Dissertação de Mestrado do PPG em Geografia da UFRGS*. Rio Grande do Sul. (For a Geography of Music: the Geographical Space of Popular Platinum Music. *Master's dissertation thesis of PPG in Geography of UFRGS*. Rio Grande do Sul.)
- Ramil, V. (2004). *A estética do frio: conferência de Genebra (The Aesthetics of Cold: Geneva Conference)*. Porto Alegre: Satolep.
- Ramil, V. & Suzano, M. (2007). *Satolep sambatown*. MP, B Disco / Universal. CD.
- Ramil, V. (1997). *Ramilonga – A estética do frio (Ramilonga - The aesthetics of cold)*. Satolep. CD.
- Ramil, V. (2000). *Tambong en espanol (Drill en espanol)*. Satolep. CD.
- Ramil, V. (2010). *Délibáb (Mirage)*. Satolep. CD/DVD.
- Ramil, V. (2017). *Campos Neutrais (Campos Neutrais)*. Satolep. CD.



- Silva, T. T. (2014). A produção social da identidade e da diferença (The social production of identity and difference). In: T. T. da Silva, (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and difference: the perspective of cultural studies)*, 15. ed. (pp. 73-102). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Woodward, K. (2014). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual (Identity and difference: a theoretical and conceptual introduction). In: T. T. da Silva, (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and difference: the perspective of cultural studies)*, 15. ed. (pp. 7-72). Petrópolis, RJ: Vozes.

Список литературы

- Akerlof, G. A. & Kranton, R. E. (2010). *A economia da identidade: como nossa personalidade influencia nosso trabalho, salário, bem-estar e a economia global*. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier. (*The Economics of Identity: How Our Personality Influences Our Work, Salary, Welfare and the Global Economy*. Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010).
- Araújo, V. B. (2014). *Novos modelos de produção musical e consumo: um estudo sobre as mudanças ocorridas com o advento das plataformas digitais*. Niterói: Eduff. (*New Models of Music Production and Consumption: a Study of the Changes that Occurred with the Advent of Digital Platforms*. Niterói: Eduff, 2014).
- Araújo, V. B. (2016). Em uma esquina do sul: fragmentações e construções identitárias na música platina a partir da análise da obra de Vitor Ramil. *Tese. (Doutorado em Estudos de Literatura)*. Instituto de Letras. Niterói: Universidade Federal Fluminense. (In a Southern Corner: Fragmentation and Identity Constructions in Platinum Music from the Analysis of Vitor Ramil's Work. *Phd Thesis. (Doctorate in Literature Studies)*. Institute of Letters. Niterói: Fluminense Federal University, 2016).
- Borges, J. L. (20 fev., 2019). *Para las seis cuerdas*. 1965. Disponível em: <https://www.literatura.us/borges/cuerdas.html>. Acesso em: 20 fev. 2019. (*For the Six Cuerdas*. 1965. Retrieved from <https://www.literatura.us/borges/cuerdas.html> 20 feb., 2019).
- Hall, S. (2002). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A. (*Cultural Identity in Postmodernity*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.).
- Hall, S. (2013). A questão multicultural (The multicultural question). In S. Hall, *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Organização:



- Liv Sovik*. Belo Horizonte: Editora UFMG (*From the Diaspora: Identities and Cultural Mediations. Organization: Liv Sovik*. Belo Horizonte: Publisher UFMG)
- Hall, S. (2014) Quem precisa da identidade? (Who needs the identity?) In: T. T. da Silva (Org.), *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and Difference: the Perspective of Cultural studies)*, 15. ed. (pp. 103-133) Petrópolis, RJ: Vozes.
- Novaes, S. C. (1993). *Jogos de espelhos: imagens da representação de si através dos outros (Mirror Games: Images of the Representation of Oneself Through Others)*. São Paulo: Edusp.
- Panitz, L. M. (2010). Por uma geografia da música: o espaço geográfico da música popular platina. *Dissertação de Mestrado do PPG em Geografia da UFRGS*. Rio Grande do Sul. (For a Geography of Music: the Geographical Space of Popular Platinum Music. *Master's dissertation thesis of PPG in Geography of UFRGS*. Rio Grande do Sul.)
- Ramil, V. (2004). *A estética do frio: conferência de Genebra (The Aesthetics of Cold: Geneva Conference)*. Porto Alegre: Satolep.
- Ramil, V. & Suzano, M. (2007). *Satolep sambatown*. MP, B Disco / Universal. CD.
- Ramil, V. (1997). *Ramilonga – A estética do frio (Ramilonga - The aesthetics of cold)*. Satolep. CD.
- Ramil, V. (2000). *Tambong en espanol (Drill en espanol)*. Satolep. CD.
- Ramil, V. (2010). *Délibáb (Mirage)*. Satolep. CD/DVD.
- Ramil, V. (2017). *Campos Neutrais (Campos Neutrais)*. Satolep. CD.
- Silva, T. T. (2014). A produção social da identidade e da diferença (The social production of identity and difference). In: T. T. da Silva, (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and difference: the perspective of cultural studies)*, 15. ed. (pp. 73-102). Petrópolis, RJ: Vozes.
- Woodward, K. (2014). Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual (Identity and difference: a theoretical and conceptual introduction). In: T. T. da Silva, (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais (Identity and difference: the perspective of cultural studies)*, 15. ed. (pp. 7-72). Petrópolis, RJ: Vozes.



ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ САЛЬВАДОРА ДАЛИ И МЕДИЙНАЯ СРЕДА

Яковлева Елена Людвиговна (а)

(а) Кафедра философии и СПД, Казанский инновационный университет им. В.Г. Тимирязова.
420111, Казань, Россия, ул. Московская, 42. E-mail: mifoigra@mail.ru

Аннотация

Объектом исследования стали PR-акции, устраиваемые на протяжении жизни Сальвадором Дали. Они обладали эпатажным, скандальным и противоречивым характером, способствуя рейтингу популярности как самого художника, так и разнообразных изданий и телеканалов. Огромное количество медийных проектов гения поддерживало интерес к нему, а также способствовало продвижению его идей, рекламе творчества и образа жизни. К числу практик, фиксируемых и пускаемых в тираж в медийной среде, можно отнести и гастрономические. Сальвадор Дали с детства уделял особое внимание еде, считая, что творческий процесс зависит от вкушения и его качества. Тема еды значима для художника: она обыгрывалась не только в его художественных творениях, дизайнерских шедеврах, но и разного рода публичных выступлениях. Свои гастрономические пристрастия он фиксировал на фотографиях, видеозаписях, в том числе рекламных роликах, а также упоминал о них в интервью и книгах. Посредством гастрономической лексики и метафорических сравнений ситуаций/людей с продуктами питания Сальвадор Дали выражал свои чувства к жизни. Сальвадор Дали был гурманом, поэтому его гастрономический вкус задавал тон не только в богеме, но и воспринимался в качестве рекламы лучших ресторанов, продуктов питания и блюд массовым сознанием.

Ключевые слова

Медийная среда, PR-акции, Сальвадор Дали, имидж, гастрономические практики, еда, гурман, просвещенный вкус, Ужины Галы, сюрреализм



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



GASTRONOMIC PRACTICES OF SALVADOR DALI AND MEDIA

Elena Ludwigovna Iakovleva (a)

(a) Department of Philosophy and Socio-Political Disciplines. Kazan Innovation University named after V.G. Timiryasova. 42, Moskovskaya st, Kazan, Russia, 420111. E-mail: mifoigra@mail.ru

Abstract

The object of the study were PR-actions, organized throughout the life of Salvador Dali. They had a shocking, scandalous and controversial character, contributing to the popularity rating of the artist himself, as well as of various publications and television channels. A huge number of media projects of the genius supported the interest in him, and also contributed to the promotion of his ideas, advertising, creativity and lifestyle. Gastronomic practices can be attributed to the number of practices recorded and launched into circulation in the media environment. Since childhood, Salvador Dali has paid particular attention to food, considering that the creative process depends on the taste and its quality. The theme of food is significant for the artist: it was played up not only in his artistic creations, designer masterpieces, but also various public appearances. He recorded his gastronomic preferences in photographs, videos, including commercials, and also mentioned them in interviews and books. Through gastronomic vocabulary and metaphorical comparisons of situations / people with food, Salvador Dali expressed his feelings for life. Salvador Dali was a gourmet, so his gastronomic taste set the tone not only in Bohemia, but was also perceived as an advertisement for the best restaurants, food and dishes by the mass consciousness.

Keywords

Media environment, PR campaigns, Salvador Dali, image, gastronomic practices, food, gourmet, enlightened taste, «Les Diners de Gala»/«Gala Dinners», surrealism



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ВВЕДЕНИЕ

Начиная с XX века, медийная среда стала одним из излюбленных пространств знаменитых людей, позволяющих им поддерживать свой рейтинг популярности, осуществлять саморекламу, продвигать идеи и манипулировать массовым сознанием. Огромное количество известных людей воспользовались медиа для популяризации своих проектов и концепций, чтобы поднять и укрепить свой личный социальный капитал в культурном ландшафте. Среди первых, кто виртуозно подчинил медийную среду как средство поддержания собственного имиджа и рекламы деятельности, был Сальвадор Дали. Быстро оценив мощный потенциал медийного пространства (в начале XX века и вплоть до 80-х гг. к числу таковых относят печать, радио и ТВ), он буквально каждое свое появление на публике фиксировал фото-видеосъемкой, приглашал репортеров, давал интервью, писал и издавал книги, альбомы с фотографиями и репродукциями своих картин. Тем не менее, публичные PR-акции гения остались вне зоны исследовательского интереса.

Объектом исследования представленной статьи стали особенности PR-акций и гастрономические практики Сальвадора Дали, зафиксированные в медиасреде. Благодаря этому оказалось возможным выявить гастрономические предпочтения гения. Методологической основой стали биографический и аналитический методы исследования, способствующие реконструкции медийных спектаклей и гастрономического вкуса Сальвадора Дали.

2. СПЕЦИФИКА МЕДИЙНЫХ СПЕКТАКЛЕЙ САЛЬВАДОРА ДАЛИ

Для четы Дали характерно прагматичное выстраивание разного рода медийных спектаклей и PR-акций, носящих эксцентричный характер. Они вызывали интерес не только со стороны профессионалов, желающих получить *горячие новости* от гения и привлечь внимание аудитории к изданию/каналу вещания (L'Amic de les arts, Gaseta de les Arts, American Weekly, Vogue, GQ, TV Guide, Newsweek, Town&Country, This Week magazine, Dali News и др.), но и со стороны массового сознания. Сам Дали одним из первых в XX веке понял, что



«одного таланта мало: нужно постоянно напоминать о себе, твердить всем о своей гениальности» (Нюридсани, 2018, стр. 21).

Для достижения данной цели художник привлекал внимание различных средств массовой коммуникации, в том числе телевидения, фиксирующих и пускающих в тираж эпизоды из жизни гения и его музыки. Его PR-акции одновременно носили праздничный, информативный и культурный характер. Устраивая их, Сальвадор Дали играл роли режиссера, писателя, редактора, актера, провокатора, иллюстратора, издателя и арт-директора. Гений, конструируя эффектные театральные представления с собой в главной роли и произнося эпатажные реплики с алогизмами и противоречиями, иронично говорил репортерам и корреспондентам:

«я здесь для того, чтобы запутывать вас, а вы – чтобы это распутывать» (Нюридсани, 2018, стр. 39).

Представители медийной среды быстро поняли, что

«с Дали они не потеряют времени зря», став «свидетелями какого-нибудь скандального заявления или жаркой полемики» (Нюридсани, 2018, стр. 22).

Необходимо подчеркнуть, что «журналистов, осаждавших его вопросами, интересовала лишь внешняя сторона выдумок» (Нюридсани, 2018, стр. 21). Пресса и массовое сознание фокусировали внимание только на эффектности, броскости и необычности далианского образа жизни, относясь к гению как шуту. В 1958 году Майкл Уоллес, интервьюировавший Сальвадора Дали для *American Broadcasting Company (ABC)*, назвал гения *современным клоуном и художником*. По мнению М. Уоллеса, данная характеристика ярко демонстрирует далианскую индивидуальность: «живопись, клоунские штучки, зрелищность, разные технические приемы – все это лишь способ выражения индивидуальности Дали» (Нюридсани, 2018, стр. 21). Но при этом профессионалов медийной среды, как и массовое сознание, не заботила сама личность художника, его внутренний мир. Неслучайно гений большую часть года восстанавливал равновесие после публичных вылазок и PR-акций в родной Испании, в Порт-Лигате, уединяясь с музой и занимаясь творчеством.



Каждая PR-акция гения была великолепно поставлена им самим: в них была представлена концептуальная идея, облаченная в экстравагантную форму. Перед началом PR-акций Сальвадор Дали сотрудникам медиасреды

«ясно излагал свои мысли, четко формулировал вопросы и тут же передавал слово своим ассистентам, если я интересовался какой-то технической тонкостью, о которой не имел представления» (Нюридсани, 2018, стр. 11).

Во время непосредственной работы на камеру необходимо было не только следить за происходящим процессом, быстро реагируя на малейшие изменения, но и осмысливать каждую деталь его проявлений, что требовало колоссальных сил со стороны берущих у гения интервью и снимающих его людей. Более того, окончательный вариант снятого эпизода требовал от массового сознания одновременно просмотра и рефлексии над содержанием:

«Дали не просто произносит фразы, он устраивает настоящий спектакль, сам определяет его рамки и разыгрывает свою пьесу, свою драму, говорит о своих проблемах, открывает по своему усмотрению одни истины, прикрывает другие, что-то выдумывает, но в гораздо меньшей степени, чем можно было бы подумать» (Нюридсани, 2018, стр. 38).

Каждое заявление о себе в медийном пространстве помогало Сальвадору Дали конструировать имидж и утверждать гениальные идеи, постоянно изменяющиеся в результате творческих исканий художника. Он был большим любителем всякого рода изменений и трансформаций, интригуя, обманывая ожидания и сбивая

«собеседника с ног в тот самый момент, когда тому кажется, что он ухватил суть» (Нюридсани, 2018, стр. 38).

Общение с Сальвадором Дали в медийной среде обладало энергичным характером,

«этот человек умел заполнять собой все пространство» (Нюридсани, 2018, стр. 17).



Он заряжал окружающих людей и съемочную группу, а впоследствии и массовое сознание нередко непонятно-колоритными, сюрреальными идеями, требующими осмысления, рецепции и адекватной интерпретации. Сальвадор Дали, чутко воспринимая окружающую обстановку во время медийных спектаклей и PR-акций, в любой момент был готов к неожиданным поворотам в интервью или съемочном процессе: «он был горазд на непредсказуемые повороты», «кардинально меняя точку зрения», «он открывал своему собеседнику другую реальность, о существовании которой тот, из-за лености и косности ума, сам никогда бы не узнал» (Нюридсани, 2018, стр. 40). Художник постоянно требовал от журналистов вопросов, забавляя их абсурдными высказываниями или парализуя интеллектуальную деятельность противоречиями. Подобный эффект достигался благодаря уму и эрудиции Сальвадора Дали, способного мгновенно изменить сюжетную линию и даже декорации собственной пьесы.

Особого внимания заслуживает *имидж* гения, продуманный до мелочей. Он привлекал внимание своей забавностью, нередко граничащей с безвкусицей и безумием:

«его крикливый шелковый пиджак в полоску плотно облегал белую рубашку с жабо. Рука в кольцах поигрывала тростью с серебряным набалдашником. Когда-то трость принадлежала (возможно) Виктору Гюго» (Нюридсани, 2018, стр. 12).

Или

«он подхватил свою палку, положил подбородок на серебряный набалдашник, выпучил глаза и стал демонстрировать нетерпение, превратившись в такого князька в окружении своей пестрой свиты, визжавшей от восторга» (Нюридсани, 2018, стр. 15).

Присутствующих во время съемок роликов и массовое сознание завораживал далианский взгляд, обладающий пронизательностью, умом, силой и юмором.

«В глазах его, черных, как маслины, то и дело появлялись смешинки, которые нивелировали театральность, выставляющуюся на первый план» (Нюридсани, 2018, стр. 12).



Нельзя обойти стороной и такой детали имиджа как *далианские усы*,

«яростно торчащие в стороны и запечатленные на несметном множестве фотографий во всех возможных ракурсах и со всех возможных позиций» (Нюридсани, 2018, стр. 12).

Известно, что гений посвятил собственным усам книгу с фотографиями Филиппа Халсмана. В этом «произведении абсурда»

«усы Дали предстают в самых разных видах: связанными между собой, украшенными цветами, уложенными в виде значка доллара, заменяющими художнику кисть» (Нюридсани, 2018, стр. 13).

В знаменитой рекламе шоколада Lanvin усы сыграли главную роль: от восторга вкушения они вертелись благодаря встроенному механизму.

Корреспонденты и репортеры любили интервью с гением не только из-за их необычности, но и благодаря особому тембру голоса, названному Ф.Г. Лоркой *оливковым*. У Сальвадора Дали был

«гортанный, густой голос, одновременно раскатистый и мягкий, весь какой-то округлый, бархатный, словно пробивающийся сквозь препятствие, которое создавал ему его собственный язык» (Нюридсани, 2018, стр. 11).

3. АНАЛИЗ ГАСТРОНОМИЧЕСКИХ ПРАКТИК САЛЬВАДОРА ДАЛИ, ЗАФИКСИРОВАННЫХ В МЕДИАСРЕДЕ

PR-акции Сальвадора Дали затрагивали разные сферы его жизни и творческой деятельности. Не остались без внимания и процессы вкушения пищи. Сведения о своих гастрономических пристрастиях Сальвадор и Гала Дали оставили в мемуарной литературе и дневниковых записях, фото- и видеосъемке, рекламе, интервью, книге рецептов «Les Diners de Gala»/«Ужины Галы» (1973), где по винам «The Wine of Gala». Благодаря фиксации и тиражированию перечисленного сегодня можно осуществить реконструкцию гастрономических практик гения и его музы.



Сальвадор и Гала любили хорошо и вкусно поесть, что прививалось обоим с детства. В своих мемуарных записях Гала оставила несколько заметок, касающихся еды. В юности, попав в санаторий Клаваделя для лечения от туберкулеза, ее поразили распорядок дня в нем, включающий в себя отдых, прогулки и еду. Как заметила Гала,

«питанию в Клаваделе уделялось особое внимание. Обилие и разнообразие еды могло поспорить с любым дорогим рестораном Европы. Первый завтрак, второй завтрак, обед, полдник и ужин...» (Дали Г., 2017, стр. 28).

При этом меню было не только разнообразным по количеству блюд, но и калорийным. Данный факт позволил Гале охарактеризовать санаторную пищу *кулинарным безумием*:

«суп, рыба, мясо, птица, все это с большим количеством овощей в виде гарнира, овощи сами по себе, сыр, фрукты, выпечка, любые соки или напитки, конечно, не горячительные» (Дали Г., 2017, стр. 28).

Обратим внимание на некоторые *интересные детали биографии* гения, связанные с гастрономической культурой и практиками. Как пишет о себе С. Дали, «в шестилетнем возрасте мне хотелось стать кухаркой» (Дали С., 2017, стр. 3). Уже в детстве он проявил интерес к кухне: для юного гения она представляла собой удивительное пространство, где свершались таинства, связанные с приготовлением пищи. В этом высвечиваются элементы мифологичности сознания гения. Как известно, в древнейших мифах процесс приготовления пищи символизировал акт сотворения мира, влияющий на него и даже способный изменить миропорядок. Но родители, учитывая происхождение отпрыска (его «избранность и исконную принадлежность к королевскому роду»), не подпускали к кухне ребенка, запрещая входить в эту часть дома («это было одно из немногих деяний, беспрекословно запрещенных родителями»):

«припоминаю, как целыми часами, глотая слюнки, я ожидал роскошной минуты, когда смогу проскользнуть в эту юдоль безумных наслаждений. И вот мне, наконец, удавалось проникнуть в заветное местечко, после чего я, сопровождаемый вскриками и хохотом кухонной прислуги, похищал с вертела



кусочек сырого мяса или же грибы и пожирал его, рискуя не только поперхнуться, но и обжечься, но испытывая неопишваемое, щемящее волнение и счастье» (Дали С., 2017, стр. 3-4).

Данный эпизод характеризует не только яркость воспоминаний гения о детстве, но и его страстное отношение к еде, только что приготовленной, дарящей колоссальную палитру позитивных ощущений и наслаждение.

С детства Сальвадор Дали проявлял интерес к трансформациям продуктов питания, происходящим на кухне. Особую ауру кухонных мистерий составляли *запахи*, разнообразная палитра которых оркестрово-туттийно звучала ближе к полудню:

«из полуденного зноя, из беспорядочных отзвуков кухонной суеты в мои ноздри бил кисловатый дух пропотевших женских рубах, к которому примешивались запахи подвявшего винограда, чего-то жарящегося на оливковом масле, пуха, выщипанного из кроличьих подмышек, почек, майонеза, а также многого иного – словом, запах ароматных предвосхищений скорого обеда» (Дали С., 2017, стр. 5).

В данном описании воспоминаний детства явно высвечивается эротико-сюрреальная составляющая далианского мировоззрения, свидетельствующая о *вождедении вкушения*. И подобных описаний у гения множество. Например, еще один интересный эпизод детства раскрывает желание Сальвадора в семь лет стать Наполеоном. Но в чем связь данного желания с гастрономическим дискурсом? Дело в том, что Наполеоном будущий художник называл соседский деревянный бочонок, на боку которого был изображен великий император и в нем хранился запас матэ. Ежедневно юный Дали принимал участие в ритуале питья целебного и тонизирующего напитка, представляющего собой «триумфальное шествие эстафеты общения из губ в губы», где

«телесная близость через посредство губ вызвала у меня невероятную сумятицу чувств и пробуждала в душе целые вихри духовных беспокойств, среди которых уже посверкивали белым пламенем первые алмазы ревности» (Дали С., 2017, стр. 12).



Дали желал «не только пить напиток Наполеона, но и испить его чашу» (Дали С., 2017, стр. 12), что стало точкой пересечения его гастрономических и эротических вожделений и эмоций. Сам художник не без иронии замечает, что питейный Наполеон воплотил

«два фантома моего раннего детства: мания на почве губ и ослепительный духовный империализм» (Дали С., 2017, стр. 13).

Впоследствии, несмотря ни на какие жизненные обстоятельства, Гала и Сальвадор соблюдали режим питания и следили за рационом, который не должен был вредить их здоровью. В начале их совместной жизни, в период неизвестности художника, питание было не таким изысканным и калорийным, но чета, «располагая небольшими средствами», питалась «хоть и умеренно, но хорошо» (Дали С., 2017, стр. 431). Сальвадор Дали считал, чтобы устоять в жизни «нужны деньги и здоровье!», поэтому он «прямо-таки одержимо заботился о своем здоровье» (Дали С., 2014, стр. 31). Вкушение пищи для четы представляло один из главных ритуалов жизни. Еда была для них точкой пересечения материального и духовного. Как заметил К. Леви-Стросс,

«удовлетворяя потребности тела, кулинарное искусство обеспечивает необходимое сочленение между природой и культурой... Возникшее из двух сфер, оно отражает эту двойственность во всех своих проявлениях» (Леви-Стросс, 2007, стр. 372, 377).

Вкушение даров жизни и природы пробуждало чувственный разум и дарило довольно богатую палитру эмоций.

Интересный момент, когда пара стала знаменитой и известной, то среди обязательных требований, связанных с ее местопребыванием, был пункт, касающийся близости хороших ресторанов или мест с великолепной кухней, устраивающей Сальвадора и Галу.

Сальвадор Дали всегда публично заявлял,

«я знаю со всей точностью, определенностью и хищностью, что именно мне хочется сейчас съесть!» (Дали С., 2017, стр. 20).

По мнению художника, еда стимулирует воображение и служит импульсом к творческим порывам. Неслучайно *продукты питания становились объектами далианских полотен*. При этом художник



создал собственную шкалу восприятия и ценности продуктов питания, вкладывая в них определенный смысл, что придавало его полотнам дополнительную философичность. Так, растекающийся сыр камамбер, который любил Сальвадор («я обожаю камамбер») стал прообразом его знаменитых мягких часов:

«если он в достаточной степени созрел, начинает растекаться и независимо от своей воли принимает формы моих знаменитых мягких часов» (Дали С., 2017, стр. 19).

Далианские гипногические часы, исследованные во сне, представляли установленный на пьедестале «огромный белый батон; хлеб был инкрустирован ровно двенадцатью чернильницами, которые были наполнены чернилами» и в них «было воткнуто перо иного цвета» (Дали С., 2017, стр. 40). Воображение помогало гастрономические объекты вплетать в сюрреалистические фантазии гения, видевшего в реальном сверхреальное: череп Леонардо да Винчи ему представлялся «вроде ореха, иными словами, он кажется более земным, естественным и реальным» (Дали С., 2017, стр. 45). Портрет Галы с сырыми котлетами олицетворял любовь Сальвадора Дали к котлетам и жене.

Тема еды обнаруживается и в дизайнерской одежде и аксессуарах, придуманных Сальвадором Дали. Вспомним, например, платье с омаром на юбке, пиджак-афродизиак, увешанный рюмками с мятным ликером, шляпку-баранью котлету, сумку-яблоко, бижутерию из леденцов, пуговицы из шоколада, облепленного пчелами, ставшие благодаря публичной демонстрации модными элементами образа не только гения и музы.

Атрибуты гастрономической культуры маэстро использовал и в своих провокационных акциях, привлекая внимание к собственной персоне. Например, в 1955 году он приехал в Сорбонну на роллс-ройсе, который нагрузил кочанами цветной капусты, морфология которой состоит из логарифмических спиралей. В благодарность за непреднамеренную рекламу Сальвадора Дали избрали почетным президентом профсоюза зеленщиков США. Или в Европе и Америке художник ходил на интервью с батоном, потому что всю жизнь

«испытывал маниакальную страсть к хлебу, который писал бесчисленное число раз» (Дали С., 2014, стр. 125).



На вечеринке, устроенной четой накануне отъезда из Америки в Европу, всем гостям вручали четки из сосисок. В 1979 году в холле Цента Помпиду маэстро разместил чайную ложку длиной в 38 метров и весом в 1600 кг, называя ее главным экспонатом выставки. Свой Театр-Музей в Фигерасе гений окружил стеной, вставки которой напоминают булки хлеба, а верхняя часть стены украшена гигантскими яйцами.

Многие свои *восприятия и идеи* Сальвадор Дали облекал в гастрономическую форму, провозглашая: «я люблю использовать гастрономические термины» (Дали С., 2014, стр. 72). Дело в том, что гений исходил из положения, согласно которому

«нет в мире ничего такого, что нельзя было бы "съесть"» (Дали С., 2017, стр. 247).

Неслучайно в понимании гения *красота съедобна*, что прозвучало в его эпатажном утверждении журналистам:

«*красота будет съедобной, или ее не будет вообще*» (Нюридсани, 2018, стр. 56).

Одним из любимых слов маэстро, часто употребляемых в интервью, было – *смачное*. Среди колоритных, эмоционально-гастрономических характеристик художника, используемых им публично, выделим следующие:

«*вертела своего трансцендентального прозаизма*», «*голод нашей эпохи... вызван скорее не только нехваткой пищи, сколько нехваткой воображения*»,

«*оливковая ветвь своей преждевременной старости*», «*запекать аппетитные грибы, котлеты и сардинки своих идей*», «*катализаторы в виде двойных вермутов с маслинками*»,

«*алкоголь собственного ветшания и предстоящей запойной старости*», «*щепотки соли и (первые крупинки перца) моего юмора*» (Дали С., 2017, стр. 248, 276).

Изучение трудов Ф. Ницше юный Сальвадор Дали сравнил с процессом вкушения, назвав его «людоедским пиршеством»:



«после этой каннибальской трапезы оставалась несъеденной лишь одна деталь личности философа, одна – единственная косточка, в которую я уже готов был вонзиться зубами – его усы!» (Дали С., 2014, стр. 15).

Прекрасно воспитанных молодых людей он называл «филе морского языка». Или далианское описание начала осени: «сентябрь "сентябрил" вино и майские луны; и матовые луны сентября приправили укусом май моей старости, буйствующий временем сбора винограда страстей» (Дали С., 2017, стр. 365). В восприятии Сальвадора Дали Нью-Йорк был похож на «грандиозный готический сыр-рокфор» (Дали С., 2017, стр. 488). Себя гений характеризовал как «не перевариваемое блюдо, слишком острое и явно переперченное» (Дали С., 2017, стр. 432).

Даже свои любовные чувства к Гале Сальвадор Дали публично выражает, используя элементы гастрономической философии:

«я пребываю на вершине счастья, хотя уже и ношу в себе дозревающее бремя любви, которая рождается во мне и хватает за горло, словно осьминог, который выкован из тяжеловесного золота и искритя тысячью драгоценных самоцветов томления» (Дали С., 2017, стр. 33).

Прикосновение на первом свидании к руке Галы развернулось в воображении гения «градом зеленых плодов», падающих и дающих ему

«стократную силу и энергию» от «неокрепшего деревца моих желаний, осыпая меня его пока еще незрелыми плодами» (Дали С., 2017, стр. 341).

Саму Галу гений нередко называл «оливковым деревцем».

Необходимо отметить, что Дали и Гала были *гурманами*. Как говорил о себе маэстро, у него была «врожденная склонность к гурманству» (Дали С., 2017, стр. 136). Хотя изначально Сальвадор Дали был приучен к простой пище, характерной для каталонцев. Изыски в его гастрономических практиках появлялись постепенно. Как известно, развитый гастрономический вкус является результатом интуиции, опыта вкушения и рефлексии над вкушаемым. Чета Дали любила изысканные блюда, отдавая предпочтение экзотическим нотам в их вкусе. При этом рецептура приготовления блюд должна



сохранять свежесть продуктов, демонстрируя их «"зрелый" вкус» (Dali, 2016, стр. 74).

Маэстро был убежден, что гурманство способствует поддержанию в медийной среде его имиджа гения и короля эпатажа. Обратим внимание на пафосный тон его высказываний журналистам и на камеру:

«в моей повседневной жизни каждое мое движение становится ритуалом, и даже анчоусы, которые я жую, вносят свой небольшой вклад в яркий свет моего гения» или «что касается изысканной "кухни", то она не есть часть моей изначальной природы, но часть моего внутреннего "я", орнаментальная, наложенная поверх природы, необходимая для развития гения в сложных пластах чистой эстетики» (Dali, 2016, стр. 74).

Характеризуя гурмана как человека одаренного и деликатного, А. Гримо де ла Реньер в своем «Альманахе гурманов» особо выделяет вкус. По мнению французского теоретика и практика вкусной еды, гурман должен обладать *просвещенным вкусом*, сочетающим в себе

«чувствительнейшее небо и превеликую опытность» (Гримо де ла Реньер, 2014, стр. 409).

При этом

«все чувства Гурмана должны отвечать его вкусу, ибо он должен угадывать сущность всякого яства еще прежде, чем поднесет его к губам», то есть «взор его должен быть пронизателен, слух чуток, осязание безошибочно, а язык всегда наготове» (Гримо де ла Реньер, 2014, стр. 409).

Вкус-удовольствие обуславливает вкус-выбор кулинарных блюд, что свидетельствует об определенной рационализации и рефлексивности не только суждений, но и пристрастий человека по отношению к еде. Надо отметить, что Сальвадор Дали знал, какие продукты и блюда доставляют ему удовольствие, делая выбор в их пользу, о чем свидетельствуют его дневниковые записи и гастрономическая книга «Les Diners de Gala»/«Ужины Галы».

К числу *гастрономических изысков*, часто встречаемых в рецептах книги, Сальвадор Дали относил черную икру, трюфель и фуа-гра. Несмотря на высокую калорийность, черная икра является



диетическим продуктом. Она способствует улучшению памяти, концентрации восприятия, способна продлить человеку молодость, купирует последствия стресса, помогает справиться с неврозами и заснуть, а также увеличивает мужскую силу. Трюфель, обладающий антиоксидантными свойствами, способствует предотвращению старения. Также данный гриб является афродизиаком, улучшающим эректильную функцию мужчин и фертильную – женщин. Употребление фуа-гра в пищу оказывает положительное воздействие на работу головного мозга, способствует замедлению старения и долголетию. То есть выбор гением данных изысков неслучаен: они оказывали положительное воздействие на организм маэстро. Как мы упоминали выше, за своим здоровьем Сальвадор Дали тщательно следил на протяжении всей жизни.

Рассуждение о собственном, довольно развитом вкусе у маэстро рационализировано. В своих воспоминаниях он пишет,

«благодаря тонкому и чувственно развитому интеллекту, присущему моим вкусовым рецепторам, я вмиг постиг все тайники и пикантные секреты разогретых блюд» (Дали С., 2017, стр. 272).

По мнению художника, вкусовые ощущения влияют на качество жизни и телесную осознанность, что снимает противоречия и определенную конфликтность жизни.

Публично рефлексировав над процессом вкушения, Сальвадор Дали подчеркивает, что

«все начинается во рту» и нервных окончаниях языка, а челюсть, осуществляя контакт с реальностью и постоянно двигаясь, есть «самоглавнейший инструмент философского познания» (Дали С., 2014, стр. 28).

Маэстро эпатажно заявлял:

«циклотрон философских челюстей Дали алчно жаждал все искрошить, растереть и подвергнуть бомбардировке артиллерией своих внутриатомных нейронов, чтобы гнусный природный и аммиакальный конгломерат биологии, который стал нам доступен благодаря сюрреалистическим сновидениям, преобразовался в чистую мистическую энергию» (Дали С., 2014, стр. 28).



По мнению гения, именно работа челюстью рождает возвышенные минуты,

«когда вы помаленьку высасываете мозги из костей, которые еще хрустят под вашими зубами» и «вы освобождаете от костных покровов мозговую суть всевещественности» (Дали С., 2017, стр. 18, 19).

В этот миг, по мысли С. Дали, происходит трансформация – превращение вкушающего во властелина ситуации или в существо, равновеликое богу:

«из недр кости брызжет вкус самой истины, извлекаемый из глубин мозговитости, той истины, которую вы наконец-то ухватываете языком и пробуете на вкус» (Дали С., 2017, стр. 19).

Подобное понимание мистического преображения посредством вкушения и реакций на него позволяет мастеру назвать *язык* одним из *инструментов философского познания*. При этом чавканье и чмоканье в процессе поедания блюд («столь разительно напоминающее, кстати говоря, хлопанье пробки шампанского») оказывается звуком, выражающим «чувство полного удовлетворения», которое редко достигается и, главное, плохо понимается (Дали С., 2017, стр. 273). Приведенные цитаты, указывающие на восторженное восприятие художником съедобного, выдают в нем чувственную натуру и последователя гедонизма.

Каждый выход в свет после полугодичного периода затворничества, связанного с творческими исканиями художника, Сальвадор и Галя тщательно продумывали до мельчайших деталей. Их публичные обеды носили постановочно-театрализованный характер, наполненный элементами сюрреалистичности. Медиасреда позволяла наглядно представить массовому сознанию далианскую философию жизни и вкуса, основанную на «спонтанной материализации внушенного извне образа» (Дали С., 2017, стр. 33), обладающего формой. При этом поиск и изобретение формы медийного представления для Сальвадора Дали играли роль «тренировки ума»:



«чтобы придать аморфному вареву моих разнонацеленных желаний хоть какую-то "форму", нужно ее изобрести и сотворить» (Дали С., 2017, стр. 123).

Наиболее ярко кристаллизация формы осуществлялась, по С. Дали, в дискуссии:

«участие в полемике придавало моим мыслям все более четкую форму» (Дали С., 2017, стр. 263).

Следуя логике гения, можно заключить, что форма оказывается итогом исканий и творческого отбора, выражаемых

«во всякого рода вспученностях и завихрениях», переполненных жизнью до границ возможного» (Дали С., 2017, стр. 7).

Публичное сражение с гастрономическими формами приводило его в экстаз, а победа, связанная с вкушением, рождала особое гастрономическое удовольствие и наслаждение.

Исходя из того, что «каждое блюдо – это мысль и суждение о мире» (Гачев, 2015, стр. 56), гений оставлял за собой право самостоятельно давать названия блюдам и характеризовать их, руководствуясь собственной сюрреалистичной концепцией. Данная позиция строилась на алогизмах и сочетании несочетаемого, привлекая внимание аудитории. В далианском сюрреализме физиологическая основа возвышается до уровня трансцендентальности, вульгарно-натуралистическое преподносится в возвышенно-парящих гармонических сочетаниях, материалистичность трансформируется в утонченную духовность. Благодаря этому реальность оборачивается сверхреальностью, помогая выстраивать гению сюрреалистичную картину мира. В ней сплетаются в неразрывное единство иррациональное и рациональное, сознательное и бессознательное, чувственное и разумное, демонстрируя гастрономическое безумие художника, где господствует его чувственный разум, просвещенный вкус и гурманство. С удовольствием вкушая, Сальвадор Дали рефлексировал над гастрономическими практиками, привлекая к процессу паранойя-критический метод, помогающий ему осмыслить собственные предпочтения, рационализировать вкусовые достоинства и палитру вкусов/запахов блюд.



Более того, в эту концепции он мастерски вплетал фрейдистские идеи, вносящие флер эротизма. Сальвадор Дали, провозглашая собственную первообразность, не отрицал всесторонней извращенности своей натуры, хранящей

«в перевозданном виде реминисценции из эrogenных райских куц младенца» (Дали С., 2017, стр. 6).

Неслучайно многие рецепты из его книги «Les Diners de Gala»/«Ужины Галы» рассчитаны на интимный обед вдвоем, а среди ингредиентов блюд мы обнаружим компоненты, обладающие возбуждающим сексуальным эффектом (например, афродизиаки и алкоголь). Эротическим флером пронизаны названия некоторых продуктов и блюд, а также комментарии к ним в кулинарной книге гения. Например, сыр «Швейцарские ночи», блюда «Венерины фрикадельки», «Чувственная ножка», «Плечико соблазнительницы», «Лоно Венеры» (Dali, 2016). Первые блюда гений называет «высшими лилипутскими удовольствиями», мясные блюда – «содомизированными закусками», афродизиаки – «Я ем Галу», закуски – «маленькими греховными удовольствиями», сладости-десерты – «полуночными страстями» (Dali, 2016). Или в рецепте «Пережитки прошлого» многозначная фраза «позвольте ночи сделать всё за вас» указывает одновременно на продолжительность времени приготовления бычьей ноги с потрохами и двойное приглашение к формированию чувственного наслаждения вкушения еще неготовленного блюда, а также к ночи сексуальных ласк и удовольствий.

Описывая правильность форм ракообразных, гений в своих мемуарах обратил внимание на их сексуальный флер, дарящий наслаждение вкушающему.

«Защищая жесткой анатомией тела свою мягкую, сочную и полезительную разнузданность, эти существа оказываются прикрытыми, и в результате они защищены от всякой профанации извне, будучи укрытыми в прочных ребристых сосудах, которые надо взломать, чтобы сделать содержащееся там тельце безоружным от захватнических атак и притязаний со стороны наших зубов, языка и неба. Какое же это наслаждение – разгрызать черепа маленьких раков или маленьких птичек!» (Дали С., 2017, стр. 18).



Еда интерпретировалась им не только как питание, но и составляющая сексуальных взаимоотношений. Это своеобразная магия видения обыденного в ином ключе. В одной из своих статей

«Тотальная маскировка в тотальной войне» гений заметил: «я верю в магию, которая при ближайшем рассмотрении оказывается просто умением переводить воображаемое в плоскость действительного» (Нюридсани, 2018, стр. 347).

Например, эротизмом пропитана его дегустация пищи:

«взять в руку плод, коснуться его губами в легком поцелуе или прижать к разгоряченной щеке. Мне нравилось своей кожей ощущать кожу сливы, нежную и влажную» (Дали С., 2017, стр. 136).

Сексуальная составляющая присутствовала и в далианских ассоциациях. Например, дыня, ароматная и сладкая на вкус, символизировала женскую грудь и страстное желание.

Еда для четы Дали представляла *священное действие* вкушения даров Вселенной. Приобщение к нему доставляло колоссальную палитру эмоций и ощущений. Как заметил маэстро, необходимость глотать

«связана скорее не с потребностью насытиться, а с навязчивой потребностью совсем иного, эмоционального и нравственного порядка»: «люди глотают, чтобы самым полным и абсолютным образом отождествиться с любимым существом» (Дали С., 2014, стр. 44).

Следуя жизненным принципам, собственное гурманство чета иногда перчила мифами. Так, среди эксклюзивных блюд, называемых Сальвадором Дали, был «самый утонченный символ изысканности и подлинной цивилизации» «хорошо ободранный и размятый бекас с душком, предварительно вымоченный в крепком спиртном и потом запеченный в собственных экскрементах, как его принято готовить в самых фешенебельных парижских ресторанах» (Дали С., 2017, стр. 19-20). Данное блюдо нуждалось в особой сервировке:

«стройные формы оголенного бекаса на изящном овальном блюде северского фарфора воистину способны поразить глаз



своими, можно сказать, прям-таки рафаэлевскими пропорциями совершенства» (Дали С., 2017, стр. 20).

Ставка на гастрономические практики в медийном пространстве была неслучайной. Сальвадор Дали увидел в пище и процессе вкушения сюрреальную мистификацию, что могло привлечь к нему внимание и создать дополнительный ареол славы. Как известно, во время еды «происходят многие загадочные процессы, о которых мы даже не задумываемся» (Канетти, 1997, стр. 220). Для Сальвадора Дали одним из жизненных кредо была мистическая составляющая, которую он обнаружил в пище. Гений считал, что мистицизм и реализм единосущны, поэтому

«необходимо включить трансцендентную реальность в любой случайный фрагмент чистой реальности» (Дали С., 2014, стр. 29).

Чувственно-гастрономический опыт связан не только с жизненными удовольствиями, но и открывает личности Я, способствуя поддержанию жизненных сил и становясь импульсом к творчеству:

«мое просветление рождается и передается через мое нутро» (Dali, 2016, стр. 21).

Вкушение пищи оказывалось точкой мистического превращения материи в дух. Еда преобразовывала гения, у которого тут же проблескивало сознание, становящееся стимулом к интеллектуальной и творческой деятельности. Особое значение в мистическом преображении играл не только рот, но и разум, пробуждающийся при вкушении. Вспомним хотя бы, что идея кинофильма «Андалузский пес» пришла Сальвадору Дали и Луису Бонюэлю после обеда во французском ресторане.

Будучи гурманом маэстро задавал базовый тон в области гастрономии и гастрономических предпочтений элиты, стоя на вершине иерархии и пуская свои гастрономические практики в тираж. Вспомним эпизод вхождения в высший свет Парижа. В этот период Сальвадор Дали еще не обладал светскими манерами и мог пользоваться ограниченным количеством приборов.



«Одно дело рестораны, где за своим столиком можно и отложить какой-то замысловатый столовый прибор, иное светский прием, где рядом масса умеющих пользоваться всякой всячиной хоть с закрытыми глазами» (Дали Г., 2017, стр. 185-186).

Но незнание тонкостей этикета на званом обеде стало поворотным пунктом в жизни Сальвадора, способствуя публичному появлению Дали-мистификатора как визитной карточки гения. На вопрос Мари-Лор Ноайи о состоянии здоровья художника, маэстро ответил, что «переваривает съеденный дома десерт из стекла и дерева!». И эту тираду Сальвадора поддержала Гала:

«Дали ел на завтрак именно битое стекло и грыз плашку из мореного дуба – любимый утренний десерт» (Дали Г., 2017, стр. 187).

Эпатажный диалог четы с налетом мифизации и эпатажности помог выйти из затруднительного положения. Сальвадор и Гала Дали взяли на вооружение собственную экстравагантную выходку. Впоследствии они постоянно прибегали к подобным диалогам, подыгрывая друг другу. Сальвадор и Гала осознавали, что

«мир безумен в своей глубине, безумен, так сказать, без всякого умысла», что позволило им выдавать себя за безумцев и фиглярствовать (Батай, 2019, стр. 160).

Ведь чтобы

«идти до конца, надо извести себя, выдюжить одиночество, перетерпеть, нужно отказаться от признания, быть выше этого, быть так, словно тебя нет, словно у тебя нет ума, воли, надежды, словно ты не здесь, а где-то там» (Батай, 2019, стр. 164).

В этом заключалась сила четы, позволявшей Сальвадору Дали рвать границы, выходить за пределы, но при этом оставаться в своем панцире, *где-то там* в состоянии одиночества и отчуждения.



4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Медийная среда оказалась мощной платформой для накопления и роста социального капитала Сальвадора Дали. Взаимоотношения гения с медийной средой носили взаимовыгодный характер. Сальвадор Дали благодаря многочисленным медийным спектаклям и PR-акциям поддерживал свой имидж, укрепляя славу экстравагантного художника-сюрреалиста. В свою очередь, медийные издания, каналы и программы удерживали внимание массовой аудитории, поражая ее безудержной и непредсказуемой фантазией гения. Благодаря сотрудничеству с медиасредой у художника сложился устойчивый медийный образ, пускаемый в тираж и мгновенно узнаваемый массовым сознанием. Участие художника в медийных проектах способствовало поддержанию рейтинга популярности как самого Сальвадора Дали, так и средств массовой информации, сотрудничавших с гением.

Заслуга художника состоит в том, что, участвуя в медиапроектах, он открыл для всех идею о безграничности самовыражений. Именно Сальвадор Дали задавал тон в том, как можно демонстрировать себя: эпатажно, скандально, противоречиво. При этом художник любой эпизод своей жизни виртуозно превращал в спектакль и саморекламу. Это коснулось и гастрономических практик Сальвадора Дали и его музы Галы. Каждая публичная трапеза была хорошо срежиссирована, постановочна, продумана до мельчайших деталей, в том числе, касающихся имиджа. В ней намеренно утрировались изысканность и гурманство четы, а также их жизнь в сюрреалистичной среде. Публичные гастрономические акции художника поддерживали и дополняли его медийный образ гения и короля эпатажа.

Медийные акции Сальвадора Дали, связанные с фиксированием гастрономических практик, в современности стали широко распространенным явлением. Художника можно считать пионером в области медийного формата гастрономических практик как способа саморекламы. Сегодня к фиксации процесса вкушения прибегают не только медийные люди, но и массовая аудитория. Не только в глянцевах журналах, на модных каналах, но и в социальных сетях можно обнаружить зафиксированные и пущенные в тираж разного уровня гастрономические практики вкушения, прозрачно рекламирующие/позиционирующие личность, место трапезы и блюдо. Сальвадор Дали, задавший тон медийного позиционирования себя, предвосхитил современные тенденции, получившие массовое распространение. Другое дело, что гастрономический спектакль



Сальвадора Дали имел определенную культурно-информационную идею и был представлен в качестве концепта, а современные гастрономические практики личности и их демонстрации в сетях, соответствуя модным тенденциям времени, оказываются всего лишь репликами или симулякрами праздного образа жизни.

Список литературы

- Dali, S. (2016). *Les Dinners de Gala*. Koln: Taschen.
- Батай, Ж. (2019). Человек перед страхом смерти и пустоты. В М. Хайдеггер, Ж. Делюмо, С. Кьеркегор & Ж. Батай. *Пустота страха* (с. 126-167). М.: Алгоритм.
- Гачев, Г.Д. (2015). *Космо-Психо-Логос: Национальные образы мира*. М.: Академический проект.
- Гримо де ла Реньер, А. (2014). *Альманах гурманов*. М.: НЛЮ.
- Дали, Г. (2017). *Жизнь, придуманная ею самой*. М.: Яуза-пресс.
- Дали, С. (2017). *Моя тайная жизнь*. Минск: Поппури.
- Дали, С. *Дневник одного гения*. СПб.: Азбука, 2014.
- Канетти, Э. (1997). *Масса и власть*. М.: Ad Marginem.
- Леви-Стросс, К. (2007). *Мифологии. Т. 3. Происхождение застольных обычаев*. М.: ИД «Флюид».
- Нюридсани, М. (2018). *Сальвадор Дали*. М.: Молодая гвардия.

References

- Dali, S. (2016). *Les Dinners de Gala*. Koln: Taschen.
- Batai, J. (2019). Man before the fear of death and emptiness. In M. Heidegger, J. Delumo, S. Kierkegaard & J. Bataille, *Emptiness of Fear* (pp. 126-167). М.: Algorithm.
- Gachev, G.D. (2015). *Cosmo-Psycho-Logos: National images of the world*. М.: Academic project.
- Grimaud de la Renier, A. (2014). *Gourmet almanac*. М.: UFO.
- Dali, G. (2017). *Life invented by herself*. М.: Yauza-press.
- Dali, S. (2017). *My secret life*. Minsk: Poppuri.
- Dali, S. *Diary of a genius*. SPb.: Azbuka, 2014. P. 31.
- Canetti, E. (1997). *Mass and power*. М.: Ad Marginem.
- Levi- Stross, K. (2007). *Mythology. V. 3. The origin of the table customs*. М.: Publishing House "Fluid".
- Nuridani, M. (2018). *Salvador Dali*. М.: Young Guard.



РАЗОЧАРОВАНИЕ В «ИГРЕ ПРЕСТОЛОВ»: СЕРИАЛЬНАЯ ЛОГИКА, ТРАНСМЕДИЙНОЕ ПОВЕСТВОВАНИЕ И КАПИТАЛИЗМ ПЛАТФОРМ

Афанасов Николай Борисович (а)

(а) Институт философии РАН, 109240 Российская Федерация, г. Москва, ул. Гончарная,
д. 12, стр. 1. E-mail: n.afanasov@gmail.com

Аннотация

Сериалы стали одним из главных видов современного досуга. Однако «качественное телевидение» изменяет саму сериальную форму. Дорогостоящая сериальная продукция для оправдания затрат создателей и поддержания интереса аудитории с необходимостью становится включена в паттерны функционирования новых медиа. Статья показывает, что в мире культурного перепроизводства успешные сериалы необходимо превращаются в трансмедийные феномены для того, чтобы существовать. Их традиционная форма, которую сравнивают с классическими буржуазными романами XIX века, является неконкурентоспособной вне включения в рекламное производство потребителей контента. Таким образом, современный рынок сериалов становится частью цифрового капитализма. Если в классической критической теории был поставлен вопрос о возможности автономии произведения искусства, то в критической теории интернета эта проблема должна быть уточнена. Автор на материале сериала «Игра престолов», демонстрирует, какие черты определили возможность вовлечения в рекламную компанию потребителей продукции, и как капиталистическая логика цифрового капитализма видоизменила художественное содержание произведения. Финальный сезон сериала демонстрирует утрату автономности создателями над своим произведением из-за внешних капиталистических причин. Однако и сам потребитель, включающийся в производство не только сопроводительного контента для сериала, но, в конечном счете, всё больше формирующий спрос на сюжетные повороты, меняет конечный продукт таким образом, что он не может соответствовать изначально заданным стандартам качества и новаторства.

Ключевые слова

Сериалы, качественное телевидение, трансмедийность, новые медиа, цифровой капитализм, досуг, Игра престолов, критическая теория, популярная культура, социальная философия



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



DISILLUSIONMENT IN “GAME OF THRONES”: LOGIC OF TV SERIES, TRANSMEDIA STORYTELLING AND PLATFORM CAPITALISM

Nikolai Borisovich Afanasov (a)

(a) Institute of Philosophy Russian Academy of Sciences, 12 Goncharnaya str., 1,
Moscow, Russia, 109240. E-mail: n.afanasov@gmail.com

Abstract

TV series have become one of the main types of modern leisure. However, "quality television" modifies the very form of the series. Expensive serial production to justify the costs of the creators and maintain the interest of the audience with the need becomes included in the functioning patterns of new media. The article shows that in the world of cultural overproduction successful TV series must be transformed into transmedia phenomena in order to exist. Their traditional form, which is usually compared with the classic bourgeois novels of the XIX century, is uncompetitive outside the inclusion of content consumers in advertising production. Thus, the modern TV series market becomes a part of digital capitalism. If the classical critical theory raised the question of the possibility of autonomy of a work of art, then in the critical theory of the Internet this problem should be clarified. The author on the material of the series "Game of Thrones" demonstrates what features have determined the possibility of involvement in the advertising campaign of consumers, and how the capitalist logic of digital capitalism has changed the artistic content of the work. The final season of the series demonstrates the loss of autonomy of the creators over their work due to external capitalist reasons. However, the consumer himself, involved in the production of not only the accompanying content for the series, but, ultimately, increasingly forming the demand for plot twists, changes the final product in such a way that it cannot match the originally set standards of quality and innovation.

Keywords

TV series, quality television, transmedia storytelling, new media, digital capitalism, leisure, Game of Thrones, critical theory, popular culture, social philosophy



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ВВЕДЕНИЕ

Сериалы, закрепившие за собой статус одного из главных видов свободного времяпрепровождения современного вестернизированного горожанина, обладают рядом удивительных особенностей, если мы будем помнить об экономике. Та высокая планка качества, которую необходимо выдерживать, чтобы вступить в конкурентную борьбу с другими проектами больших и малых экранов, требует от создателей не только таланта, но и значительных финансовых вложений. Судьба этих инвестиций оказывается ограничено прогнозируемой и зависящей от целого ряда субъективных факторов. В этом отношении любопытно взглянуть на одно из основных правил голливудского маркетинга: усилиями рекламы можно привлечь зрителей в кинотеатры, сформировать их ожидания, но нельзя определить их положительное мнение о фильме (Suárez-Vázquez, 2011, p. 131-132). То есть плохая картина может собрать кассу, при этом похоронив надежду на финансово успешный сиквел и нанеся урон репутации работавшей над ней команды. Для сериальной продукции цена ошибки гораздо выше – падение рейтингов чаще всего приводит к закрытию проекта.

Поэтому было бы наивным полагать, что продукты популярной культуры, такие как сериалы, не будут включать в процесс производства решающее значение креативных усилий маркетинговых команд, работающих в сфере медиа. Ставки в современной культурной индустрии слишком высоки, чтобы отдавать финансовую судьбу и прибыли исключительно на откуп художественному таланту. Это позволяет нам выдвинуть гипотезу о том, что широко понятая форма сериального произведения, которая будет определяться особой сюжетной компоновкой, наличием и долговременным сохранением интриги, выдержанно/стью атмосферы – обо всём этом речь пойдёт далее – будет коррелировать со зрительским признанием и видоизменять художественное содержание, ориентируясь на прибыльность. Современные продукты культуры, поставившие под сомнение понятия «произведение искусства» и «авторство» (Аронсон, 2005, стр. 143), заново поднимают вопрос о «смысле» своей формы, который в реальности «большого сериального взрыва» (Кушнарёва, 2013) требует нового рассмотрения.

Поэтому, даже если нам действительно нравится и интересен какой-либо сериал, не следует полностью приписывать наши чувства его высокому качеству или наделять его особым художественным



статусом¹. По меньшей мере, сначала мы должны были научиться проводить время за просмотром телевизионных шоу вообще (Врое, 2019), узнать о конкретном сериале так, что это заставило бы нас изучить его подробнее, может быть прочитать о нём или даже посмотреть пилотный выпуск. А затем, заинтересовавшись, не забыть о том, что необходимо «ждать» нового сезона. Основной тезис этой статьи в том, что сериал «Игра престолов» (2011-2019) шоураннеров Дэвида Бениоффа и Дэниелла Уйаса, чей немислимый успех изменил сериальный рынок и представления многих людей о качестве ТВ-продукции, может быть действительно понята лишь как феномен трансмедийности форм современной культуры (Jenkins, 2010). В ходе анализа мы рассмотрим, как создателям удалось вовлечь в процесс производства зрителей, решить проблему затухания интереса от сезона к сезону и привлечь в мир лютоволков, драконов и рыцарей критически настроенную к жанру фэнтези аудиторию.

2. ВОСЬМОЕ КОРОЛЕВСТВО

Сериалы вновь рассказывают нам истории, казалось бы, тем самым преодолевая неизбежную отрывочность хронологических рамок полного метра. Некоторые исследователи видят во взлёте их популярности воскрешение похороненных постмодернизмом и фрагментацией современности больших нарративов, ответ на тоску зрителя по продолжительным, последовательно излагаемым историям, чувству сопереживания героям, потребность находить персонажей, с которыми можно себя идентифицировать. Ранее этот, традиционно определяемый как «модернистский», запрос находил своё воплощение в форме классического буржуазного романа, публикуемого в толстых журналах на протяжении нескольких лет (Рапопорт, 2013). Это сравнение несёт в себе некоторый потенциал, но скорее для понимания *истоков* современности, нежели её самой. Впрочем, что-то в этой идее определённо схватывает дух времени и потребности людей: ради выхода последнего, восьмого сезона «Игры престолов» фанатам пришлось ждать около двух лет. И эта пауза не только не убавила интереса к сериалу – от сезона к сезону средняя зрительская аудитория стабильно возрастала, но и позволила первой серии восьмого сезона побить предыдущий рекорд канала НВО,

¹ Автор спешит убедить читателя, что «Игра престолов», ставшая иллюстрацией для анализа феномена трансмедийности в данной статье, ему нравится, и он высоко оценивает художественные качества сериала. Однако суждений вкуса и личных симпатий недостаточно для социально-философского рассмотрения, претендующего на общезначимость.



одномоментно приковав к экранам около 17.4 миллионов человек (Koblin, 2019).

Однако возводить стратегию распространения и потребления современного сериала к преимственности с моделью чтения романов в XIX веке означало бы игнорировать целый пласт феноменов, характеризующих новые медиа. Можно представить, что главы романа, публикуемые в журнале, будут всегда иметь разное количество читателей. Вероятно, такова и была ситуация в действительности. Однако описательная модель скорее фиксировала бы спад интереса к продукту, чем возрастающее к нему внимание: после менее удачной, неинтересной главы пропадает желание продолжать чтение, и ему неоткуда будет взяться вновь. Нарративная последовательность литературного произведения чаще всего строится как единое, недискретное повествование, в котором для понимания сказанного в последних главах, как минимум, необходимо ознакомиться с началом произведения. Не так обстоит дело с современными сериалами и «Игрой престолов» (Laugier, 2018, p. 146-147). Возрастающее от сезона к сезону количество просмотров, интерес к сериалу среди тех, кто не смотрел ни одной серии, но только что-то слышал о нём, говорит о том, что это телевизионное шоу существует вне рамок конкретной реальности воспроизведения видеофайла.

Этот формат существования можно охарактеризовать как «трансмедийное повествование»:

«Индустрия развлечений находила новые способы обращения к аудиториям, объединяя медиа с маркетинговыми и развлекательными стратегиями с целью получить доступ к молодой аудитории так, как это было недоступно в доцифровую эпоху» (Schiller, 2018, p. 97).

Доступ к новой аудитории сместился туда, где начал вести свою цифровую жизнь человек, а именно в интертекстуальный мир медиакommunikации. Реальность современного повседневного общения неотделима от цифровых технологий (Ловинк, 2019b, стр. 28). Несмотря на наблюдения теоретиков цифровизации о возникновении «цифровых пузырей», формируемых самими пользователями, этот сетевой мир в некоторых аспектах оказывается открытым, порождая новую публичность, выступающую средством распространения информации о потреблении, то есть, фактически, продвижения контента. За всем этим скрывается достаточно просто



функционирующая модель. Интернет-платформы, к которым принадлежат социальные сети, заинтересованы в том, чтобы производить иллюзию жизни всеми возможными способами, ведь живому человеку, который обеспечивает прибыльность платформы, интереснее в мире живых и активно демонстрирующих свою деятельность. Отталкиваясь от этого принципа, по умолчанию, любое действие становится публичным. По меньшей мере, именно к этому призывает формат социальной сети как платформы и медиаинтеграция.

Здесь кроется содержательная сторона актуального включения потребителя в процессы производства:

«Бесплатная рабочая сила (пользователи) производит продукты (данные и контент), которые компания – держатель платформы изымает и продаёт рекламодателям и другим заинтересованным покупателям» (Срничек, 2019, стр. 50).

Увлечённость сериалами вообще и информация о конкретных предпочтениях аудитории является товаром платформы, получаемым в результате сбора данных. Но производителям сериалов для оптимизации маркетинговых издержек, важно не только то, чтобы их шоу посмотрело как можно большее количество человек. Возможно, в среднесрочной и долгосрочной перспективах оказывается важнее медийный след, который оставит изначально небольшая группа заинтересованных зрителей. То есть основным предметом коммерческого интереса становится создаваемый пользователями контент. Ведь исключительный характер централизованной трансляции остался в прошлом, и современный медиа-продукт может быть доступен в любом месте, в любое время. Лишь бы к нему был интерес. Реакция сообщества (чем активнее, тем лучше), производимая им продукция, включающая в себя повышающее узнаваемость цитирование визуальности сериала, становятся лучшим способом продвижения, потому что, во-первых, ни одна из сторон не считает её как рекламу. А, во-вторых, буквально создаётся параллельный мир коммуникации, в котором легко получить чувство принадлежности к общему, переживания коллективного желания (Аронсон, 2013).

В отношении сериалов имеет смысл рассмотреть подробнее, где и как создаётся этот параллельный мир, ещё одно «королевство» в мире трансмедийности. Если сравнивать стратегию продвижения современных сериалов с традиционными телевизионными шоу конца



прошлого столетия, то обращает на себя внимание широкая представленность первых в сети Интернет, в особенности на популярных платформах, таких как YouTube, Twitter, Facebook и многих других. Речь идёт не только о том, что значительная часть аудитории смотрит шоу при помощи стриминговых сервисов, но о сопровождающей продукции. Рекламный ролик сериала, промо-видео, тизер, посвящённая ему передача транслируются не на том же канале, где в условленное время показывают сериал, но в сети вообще. Многие проекты имеют свои каналы и даже блоги, где размещаются анонсы новых серий, материалы со съёмок, интервью с создателями и актёрами. Открытость и доступность новых медиа даёт зрителю ощущение того, что он может знать больше о продукте, который потребляет, или даже получить повторное удовольствие, употребив его ещё раз, но по-другому. Этот контент нельзя назвать «сериальным», но он всё равно интересен аудитории, в чём легко убедиться, обратившись к статистике обращений¹.

С нашей точки зрения, именно сопутствующая продукция обеспечивает возможность существования большого сериального повествования, не затухающего к нему интереса. О скорости современной жизни, меняющей восприятие субъектом времени и, как следствие, историчности, сказано много: ориентация на глубоко переживаемые аффекты, быстро сменяющиеся друг друга, вечная борьба со скукой не вписываются в желание субъекта потреблять историю (Джеймисон, 2019, стр. 216). В эпоху своевременности (*just-in-time*)² доставки товаров и услуг длительное ожидание клиента является непозволительным недостатком модели дистрибуции, нивелирующей преимущества цифровизации. Осмелимся утверждать, что сериалы на самом деле не воскрешают историчность как таковую, по меньшей мере такой, как она существовала до массовизации культуры и диджитализации капитализма.

Сериальная форма сталкивается с двумя сложными задачами. Как подарить ощущение историчности зрителю, который испытывает по ней ностальгию, но не способен изменить свои привычки, чтобы реально её воспринять (Фоли, 2011, стр. 168)? Как сохранить

¹ Одним из наиболее качественных примеров такого сопроводительного контента является YouTube-канал «GameofThrones», зарегистрированный в 2007 году, ещё до выхода первого сезона сериала «Игра престолов», с целью обеспечить будущее продвижение продукта. На канале публикуются интервью с создателями, рефлексия актёров по поводу действий их героев и съёмки самих съёмок. Важно подчеркнуть, что кинематографическое качество сверхмалой формы не уступает самому сериалу, а общее количество просмотров на апрель 2019 года превышает 800 000 000. URL: <https://www.youtube.com/user/GameofThrones>

² Подробнее о термине «своевременный капитализм» в контексте современной философии культуры см.: (Павлов, 2019а, стр. 55-58).



аудиторию, когда скорость потребления превышает способность качественного производства? Структурное решение этих проблем находится в размывании нарратива, распространении его во внешние сферы. Это видоизменяет как медиаформат поддерживающего интерес представления, так и само «произведение». Теперь сериал должен сохранять интригу, порождая тем самым дискуссию вокруг своего сюжета; должен апеллировать к опыту обыденности зрителя, создавая ощущение сопричастности и общности переживания; иметь провокационную визуальность, ломающую «четвёртую стену», тем самым производя шаблоны для культуры мемов, сопровождающих жизнь социальных сетей.

Эти тезисы, однако, не претендуют на характеристику мира в целом, но описывают товарную форму современных сериалов: в конце концов, для тех, кто ещё способен воспринимать историчность больших нарративов существуют книги, которые, впрочем, тоже можно рассматривать в контексте включенности в цифровую дистрибуцию. Различие состоит в том, что их потребление теоретически может быть изолированным от внешнего контекста, не всегда нуждается во внешней интенсификации опыта во время чтения. Сериалам же это сущностно присуще и необходимо. Обращаясь к метафоре завоёванных Таргариенами шести королевств Вестероса (Дорн присоединился позднее), следовало бы сказать, что реальность их виртуальной жизни не протекает ни в столице, ни в каком-либо из замков, где в данный момент находится король, ни на экране телевизоров по воскресеньям во время трансляции каналом НВО, но существует в неосязаемом восьмом королевстве, королевстве всеобъемлющей трансмедийности, жителями которого являемся все мы.

3. ИНЦЕСТ, ИЛИ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МЫ ДЕЛАЕМ РАДИ ПРИБЫЛИ

Возможно, этот тезис покажется провокационным многим любителям литературы, но осмелимся утверждать, что без сериала «Игра престолов» серия книг «Песнь льда и пламени» за авторством Джорджа Р.Р. Мартина, которая послужила литературной основой для адаптации, практически не была бы известна. Книги создали фэнтезийный мир сериала, но сериал создал мир, в котором эти книги реально стали интересны широкой аудитории. По меньшей мере, следовало бы начать с признания того факта, что литература в жанре фэнтези не может соперничать с другими более популярными



жанрами, такими как детективы или любовные романы. Ей гораздо сложнее набрать популярность на старте из-за ограниченного количества читателей, сознательно выбирающих именно эту тематику. Своя лояльная аудитория у книг цикла была, и первые романы серии даже были отмечены литературными наградами, но мировым событием они стали уже после того, как сериал заявил о себе в качестве феномена популярной культуры. В конце концов, многие другие произведения, в свою очередь также получившие премии, не стали медиа-феноменами современности. Вдобавок, отметим, что последние романы Мартина не снискали одобрения литературной критики.

Эти наблюдения могли бы избавить нас от необходимости учитывать литературный первоисточник при анализе сериала, однако в контексте разговора об «Игре престолов» представляется важным обратиться к сознательно созданным автором жанровым особенностям цикла, которые переключались на экран. Тем более что «Игра престолов» всё же является экранизацией, выведшей книги цикла в бестселлеры торговых сетей. Сериал в восприятии большинства зрителей существует автономно от романов, но в них есть нечто важное, что может помочь нам осмыслить феномен этого телевизионного шоу. Речь идёт о том, что «Песнь льда и пламени» — это фэнтези, которое претендует на ломку стереотипов и традиционных для жанра тропов¹. Перечислив самые основные из них, такие как наличие однозначно положительных и отрицательных героев, ясность ожиданий, инфантильность повествования, выраженная в отсутствии сексуальных сцен и реалистичного насилия, легко убедиться, что эти особенности подвергаются пересмотру и в сериале. При взаимодействии с аудиторией это работает на увеличение популярности произведения, интенсифицируя зрительское восприятие. Претензия на ломку стереотипов, сама по себе до некоторой степени поощряемая современной массовой культурой, создаёт дискуссию вокруг продукта, что и случилось с «Песней льда и пламени». Комментарии и оценки людей, как негативные, так и позитивные, привлекают изначально незаинтересованную в жанре аудиторию обратить внимание на что-то «необычное», создают медиа-

¹ Жанровое своеобразие романов Джорджа Р.Р. Мартина, соответствующее тенденциям в фэнтези литературе, начало которым было положено в 1970-х гг., позволяют литературоведам выделять особый жанр «тёмного фэнтези». «Тёмное фэнтези» продолжает выстраиваться в соответствии с классическими канонами фантастической литературы, однако добавляет в повествование элементы реализма, хоррора, этическую сложность персонажей, подчёркнуто мрачную и жестокую атмосферу, а также неожиданные сюжетные повороты, часто связанные с гибелью главных героев (Stableford, 2009).



движение, становящееся параллельной, стихийной маркетинговой кампанией.

О том, что Джордж Мартин как никто другой понимает рыночные механизмы продвижения продуктов в трансмедийной реальности, свидетельствует его стратегия популяризации собственных книжных произведений. Создав интригу и репутацию чего-то необычного первыми книгами цикла, которые активно обсуждались на тематических форумах, писатель фактически приостановил работу над дальнейшей сагой, вместо этого сосредоточившись на участии в публичных мероприятиях, раздаче интервью (которые не вносят искомой фанатами ясности в повествование и не дают ответы на наиболее волнующие вопросы читателей) и помощи шоураннерам в работе над сериалом. Специфическая манера письма, представляющая в главах цикла видение ситуации конкретными персонажами, или так называемое POV (point of view)-повествование, никогда не предоставляет читателю полной картины происходящего, сохраняя интригу до самого конца. Поэтому Мартин не рискует заглушить ожидания, публикуя отрывки из ещё не вышедших книг в своём живом журнале или в популярных периодических изданиях, но только подогревает интерес: они порождают больше вопросов и теорий, расширяя дискурсивное поле вокруг продукта. На наш взгляд, его стратегия воспроизводит в книжном мире то, что делают специалисты по маркетингу, рекламируя современные сериалы: сопровождение основного медиа-продукта побочными произведениями, тизерами, интервью с создателями или актёрами и др. Кажется, всё это говорит о том, что книги Мартина следует рассматривать не столько как автономно-существующую литературу, но как трансмедийный литературный феномен, который сознательно создавался именно таким. Потенциальная стратегия распространения продукта в медиaprостранстве меняет актуальное художественное содержание.

Первые сезоны «Игры престолов», достаточно близко следовавшие ходу повествования романов цикла, смогли удивить зрителя, кажется, сломав все возможные каноны жанра. Точнее было бы сказать, что они их не опровергали, но заигрывали с ожиданиями аудитории. Действие, происходящее в мире, напоминающем Средневековую Европу, повествует отнюдь не о благородных рыцарях и прекрасных дамах, как того можно было бы ожидать. Впрочем, сталкиваясь с точкой зрения, что сериал представляет собой зарисовку на тему несколько видоизменённого Средневековья, следует понимать, что это значительное упрощение, которое уводит



от сути произведения. В частности, один из самых тонких медиевистов современности, философ культуры и писатель Умберто Эко на вопрос о том, знает ли он о сериале, ответил:

«Я не смотрю фильмы, вдохновлённые Средними Веками, ни в кино, ни по телевизору. Это было бы как оскорбление моей матери» (Eco, Giesbert, Toranian, 2015, p. 13).

Ригоризм позиции связан с тем, что чаще всего современные медиапродукты о Средних Веках на самом деле говорят о других темах и на чуждом этому историческому периоду языке, что описывается термином «телемедиевализм»:

«Если говорить о репрезентации Средних веков в современной массовой культуре, отдельного внимания заслуживают телесериалы, в которых за последние 15 лет уделялось, как никогда, много внимания средневековой тематике» (Панфилов, 2014, с. 194).

Именно так обстоит дело и с «Игрой престолов», о которой Эко, кажется, всё-таки что-то знает. В ней бессмысленно искать историческую реальность, ведь даже если она там и есть, она имеет второстепенную значимость.

Однако о влиятельности антуража и визуального оформления продукта на восприятие свидетельствует то, что не только ожидания зрителей были ими сформированы, но и целый ряд исследовательских стратегий учёных-гуманитариев строится на том, что

«Игру престолов» имеет смысл рассматривать, как комментарий или интерпретацию тех или иным реально имевших место событий: будь то война Алой и Белой розы или строительство вала Адриана, отделившего территорию Римской Британии от Шотландии (Горбачёв, 2014). Несомненно, у сериала есть некие реальные исторические прообразы¹, о чём неоднократно заявлял и сам Джордж Мартин, однако степень культурного эклектизма и наличие в повествовании драконов и белых ходяков, позволяют нам усомниться в адекватности стратегии исторического прочтения, как сериала, так и книг.

¹ Русскоязычному читателю доступны несколько изданий, так или иначе работающих со смыслами «Игры престолов» с позиций философии (Ирвин, Джейкоби, 2015) и психологии (Лэнгли, 2019). К завершению последнего сезона также вышел сборник статей отечественных учёных, фокусирующихся на историческом и психологическом рассмотрении сериала (Берхов, Ефимов, Штейнман, 2019).



Средневековье всё-таки важно, но не как та эпоха, которая реально существовала, а как те представления о ней, которые сформировались в массовом сознании аудитории. Сконструированные стереотипы, задающие предрассудки и ожидания, оказываются важнее реальности. В контексте «Игры престолов» большая часть из них была, очевидно, создана канонами «толкиеновского» фэнтези. А другая, в свою очередь, появилась, как результат усталости от «нереалистичности», сказочности этих шаблонов. Именно в пространстве игры с ожиданиями и возникло напряжение, давшее толчок дискуссиям в фанатской среде и определившее изначальный трансмедийный успех сериала. При этом важно, что сам жанр подталкивал к тому, что наиболее провокационные части визуальной культуры, такие как секс и реалистичное изображение насилия, будут восприниматься не просто неоднозначно, но и вообще восприниматься. Пусть современный зритель и готов ко многому,

«некоторые вещи, по-видимому, кажутся нам нестерпимыми, несмотря ни на что» (Таллман, 2015, стр. 219).

Действительно, откровенную демонстрацию секса и насилия чаще всего называют в числе основных черт, отличающих сериал (Fathallah, 2017, p. 116). Однако, если мы зададимся вопросом, делают ли секс и насилие какой-либо продукт успешным, являются ли они тем, из-за чего мы смотрим сериалы, то ответ, очевидно, будет отрицательным. Скорее наоборот, излишняя эксплуатация этих тем свидетельствует о том, что произведение нацелено на ограниченную аудиторию. «Игра престолов» же, сложным образом задав историческую дистанцию нереалистичности при помощи манипуляций с жанровыми ожиданиями, позволила зрителю наслаждаться сценами инцеста и свежевания, как животных, так и людей без каких-либо угрызений совести, избежать обвинений в эксплуатации этих тем. Большинство подобных сцен, собственно, совершенно излишни для повествования, но служат лишь как часть визуальности сериальной формы, работающей на будущее продвижение продукта в медиа. Любопытно будет отметить, что насилие и секс в сериале, тем не менее, видоизменены в сравнении с книгами. Мартин, желая шокировать читательскую аудиторию, буквально не имеющую возможности *видеть* собственными глазами картины пожирания лиц, гнилых тел или пыток, часто прибегает к подробным, физиологичным описаниям сцен насилия. В сериальной вселенной, чей визуальный язык более выразителен и универсален



(Павлов, 2014, стр. 12), многие из описаний Мартина не перенесены на экран. И того, что показано, оказывается достаточно для провокации зрителя. Джейме Ланнистер, выталкивая Брана Старка из окна одной из башен Винтерфелла, произносит ставшую знаменитой фразу: «Чего не сделаешь ради любви»¹. Помня о прибыли, изображения инцеста или сцены сожжения детей не кажутся такими уж недопустимыми и аморальными вещами.

4. ОТ ИНТРИГИ К ФАНСЕРВИСУ

Мы подробно рассмотрели, что не только сериал «Игра престолов», но и книги цикла «Песнь льда и пламени» выстраивались как часть трансмедийной реальности дистрибуции цифровых товаров, которая глубоко повлияла на тот продукт, который в конечном итоге получили зрители. Теперь обратимся к тому, что произошло с финалом сериала, или с восьмым сезоном. Как было отмечено выше, он побил все рекорды зрительских ожиданий, транслировался на больших экранах и широко обсуждался в сети, как рядовыми пользователями, так и крупными СМИ, ориентированными на ожидания аудитории. Интересно, что было известно, что это заключительные серии сериала. Ожидания аудитории были высоки, и умело подогревались создателями, но именно эти эпизоды вызвали наибольшее разочарование среди поклонников. Предположим, что это также связано с особенностями сериальной формы, как и тот успех, который был присущ сериалу изначально.

Если в начале своего жизненного цикла сериалу необходимо набрать популярность, став трансмедийным феноменом (Jenkins, 2010), то в середине и в финале главная проблема – это удержание интереса. Трансмедийность является коммуникативным феноменом, в процессах которого принимает участие и зритель. Несмотря на то, что это не всегда равнововлечённый процесс, так как специалисты по маркетингу стараются направить пользовательскую энергию сопроизводства в необходимое для извлечения прибыли русло, влияние зрительских ожиданий может стать весьма ощутимым, ограничивая свободу творчества. Сопроизводство зрителей вторгается не только в маркетинг и рекламную продукцию, но в каком-то смысле

¹ В цитате приведён русский дубляж канала AMEDIATEKA, который послужил основой для русскоязычной культуры мемов. Однако для понимания повествования сериала и ряда кросс-сериальных отсылок между сезонами важно иметь в виду и английский оригинал фразы, чья грамматическая структура представляется более точной, а также служит прообразом для заглавия этой части статьи: «The things we do for love».



и в содержание самого сериала. Ожидания, существующие в распределённом виде на пространствах сети, легко интерпретируются отделами аналитики и самими создателями, подсказывая им более или менее успешные ходы. Но и у этого есть свои границы:

«Мы неверно понимаем социальные медиа, если рассматриваем их просто как канал для маркетингового монолога в духе масс-медиа; мы не можем оставить в стороне такие элементы, как личное взаимодействие между двумя людьми и вирусное распространение информации внутри небольших групп» (Ловинк, 2019b, стр. 38).

Именно это, в конечном счете, и произошло с «Игрой престолов». Предварительно, определимся, как развивается и создаётся то, что станет частью феномена трансмедийности в применимости к сериалам: фанатские теории, мемы, аналитические статьи, видеоразборы на YouTube или даже академические публикации, посвящённые теме. Нельзя предположить, что соучастие в их производстве, чаще всего ограничивающееся просмотром и, несколько реже, проставлением лайков, совпадает с производством сопроводительного контента. Второе гораздо более важно и сложно, и в него включена небольшая доля пользователей сети. Однако социальность медиа способна трансформировать и несколько более высокий интеллектуальный статус сопроводительного контента, как это зачастую происходит с мемами, которые превращаются в часть низовой культуры (Ловинк, 2019а, стр. 70-73).

Таким образом, необходимо рассматривать процесс в динамике. В самом начале, при запуске продукта, трансмедийное сопровождение создаётся группой энтузиастов, зачастую достаточно интеллектуальных. Качество медиа-контента, которое они производят, позволяет привлечь к сериалу должное внимание, а их интерес в целом свидетельствует о высоком статусе производимого товара. Затем содержание их продукта видеоизменяется под воздействием спроса аудитории, которая не может находиться в авангарде культуры. Наоборот, аудитория, чьи симпатии сформированы классическими историями, задаёт необходимость смягчения дискурса. Если возвращаться к «Игре престолов», то с каждым сезоном вероятность «необоснованных» смертей главных персонажей снижалась прямо пропорционально массовизации интереса к сериалу и расширению потребительской аудитории.



Тем самым ключевое условие для современного сериала – наличие интриги – уступает место удовлетворению зрительских желаний. Если в первых сезонах «Игры престолов» было множество сюжетно-необоснованных сексуальных сцен и реалистично изображённого насилия, то последний сезон изобилует тем, что мы обозначим как «фансервис» (fan service). Изначально термин зародился в субкультуре любителей аниме и манги, но позднее стал употребляться и применительно к остальным видам медиа. Он означает, что с целью угодить желаниям зрительской аудитории, создатели уделяют экранное время или даже посвящают целые серии малозначимым для основного хода повествования вещам, на которые, впрочем, будет интересно и приятно смотреть зрителям. В качестве радикального, но оттого более показательного примера «фансервиса» можно привести некоторые серии аниме-сериала «Блич» Тайта Кубо. Значительная часть действия разворачивается в феодальной Японии, персонажи серьёзны и внушают ужас своей мощью, на кону стоит без малого судьба мира, однако ряд эпизодов предлагает нам взглянуть на то, как они проводят время на пляже. Эти юмористические серии никак не влияют на сюжет, но показывают целевой аудитории (мальчикам-подросткам) любимых героинь в бикини. Не слишком ли часто нечто подобное вытворяли с нами шоураннеры «Игры престолов» в восьмом сезоне?

Приведённые выше размышления также проливают свет на то, как именно обставлены смерти персонажей в последних сериях. Ключевым таким эпизодом, безусловно, является убийство Дэйнерис Таргаризн Джоном Сноу. Однако обратим внимание на то, что предшествовало этой сцене. Для того, чтобы подготовить зрителя к подобному повороту событий, создателям пришлось внести коррективы в образ Дэйнерис, к сочувствию к которой нас приучали с первых серий. Значительная часть шоу была посвящена поиску альтернативы существующим формам власти, в том числе, возможно, альтернативы власти мужчин. Сопротивление угнетению, а также феминизм – заметим, что это одни из ключевых дискурсов современности (Lauretis, 2007, pp. 17-18) – были персонифицированы в образе Дэйнерис Таргаризн. На её стороне находилась значительная часть зрительских симпатий. И, по канонам «тёмного фэнтези», наилучший эмоциональный эффект мог бы быть достигнут, если бы героиню убили на волне зрительских симпатий. Однако аудитория, которая могла бы оценить подобный ход, осталась в прошлом первого сезона. Поэтому важной сюжетной сцене предшествовала длительная



и подчас непоследовательная деконструкция положительного образа персонажа.

Одной из ключевых претензий к финалу со стороны сообщества стал упре́к в непоследовательности и обрывочности основных сюжетных линий. Казалось бы, не было практически никого, кто остался бы доволен решениями создателей¹. Это тем более удивительно, что сериал оставался на пике популярности, и существовала финансовая целесообразность его продолжать: канал HBO был готов продлить «Игру престолов» ещё на несколько сезонов. И здесь в дело вмешался внешний контекст, уже не имеющий отношения к трансмедийной сериальной форме, но остающийся капиталистическим. Шоураннеров Дэвида Бениоффа и Дэнниелла Уйаса пригласили для работы над продолжением «Звёздных войн» (Gartenberg, 2019), что, видимо, было гораздо более выгодным с финансовой точки зрения проектом.

Представляется любопытным рассмотреть возможность художественного высказывания в контексте приведённых выше размышлений. Современный сериал имеет свои особенности, влияющие на его содержание, которые заключаются в трансмедийности его формы, в значительной степени определяющей содержание. Эта логика воздействует особым образом на повествование, но её влияние отличается на разных этапах производства. На примере «Игры престолов» прекрасно видно, что на начальном этапе сериал выстраивается как интригующий и провоцирующий, побуждающий к дискуссии вокруг произведения, а в финале интрига сменяется фансервисом. При этом может утрачиваться то, что должно было быть присуще «новому телевидению», а именно возвращение больших, качественно-проработанных нарративов. Это не означает, что сама логика сериальной формы ведёт к тому, что финал крупных шоу всегда будет разочаровывать фанатов², скорее следует сформулировать это так: законы капиталистической дистрибуции, для современных сериалов

¹ Замечательной иллюстрацией трансмедийности сериального повествования на примере «Игры престолов» является созданная поклонниками, разочарованными финалом, петиция с призывом переснять восьмой сезон шоу при участии «компетентных сценаристов». Обращение набрало более полутора миллионов подписей. URL: <https://www.change.org/p/hbo-remake-game-of-thrones-season-8-with-competent-writers>

² Впрочем, следует отметить, что для многих шоу это именно так. Показательной также оказалась реакция президента телеканала HBO на упомянутую в предыдущем примечании петицию, который заявил, что предложение переснять шоу - «это не то, что мы рассматривали всерьёз». URL: https://www.yahoo.com/entertainment/game-thrones-hbo-bosses-finally-084114310.html?utm_source=change_org&utm_medium=petition В конечном итоге, несмотря на феномен трансмедийности, решение всегда остаётся за крупным капиталом.



воплощающиеся в маркетинговой форме трансмедийности, первичны по отношению к художественному содержанию произведения. Если финалу и доводится стать «удачным», то это следует списать либо на особое отношение создателей к своему шоу, что случается редко, либо приписать случайности, когда шоураннеры не получают предложение поработать над более коммерчески интересным проектом.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках данной статьи мы на примере одного из важнейших сериалов современности рассмотрели то, как маркетинговые стратегии влияют на качество и содержание художественного произведения. Мысль о том, что формы извлечения прибыли из произведений искусства меняют содержание последнего, не нова. Но цифровая эпоха и цифровой капитализм добавляют нечто новое в уже привычные для критической теории механизмы. Они модифицируют сериальную форму, помещая её в трансмедийный контекст. Конкурентным преимуществом современного сериала является способность поднять вокруг себя медийный шум на старте шоу, включая в процессы рекламы пользователей и потребителей, что иллюстрирует современную культурную логику капитализма платформ (Срничек, 2019, стр. 50). Потребление в своей задаче становится неотделимо от производства.

Сериал «Игра престолов» шоураннеров Дэвида Бениоффа и Дэниелла Уйаса и цикл книг «Песнь льда и пламени» Джорджа Мартина прекрасно иллюстрируют то, как трансмедийность влияет на содержание произведений, добавляя в них провокативные сцены, заставляя играть с ожиданиями зрителей. Вместе с тем, зрительский интерес, в конечном счете, оказывается способен преломить повествовательную логику, стандартизировать провокационность и снизить напряжение. Размышления о радикализме и продвинутой публики оказываются преувеличенными. Интрига сменяется фансервисом, а последовательность и сложность повествования простотой решений, необходимых для технического завершения основных сюжетных линий. Не следует забывать и о внешней стороне этой логики: Бениофф и Уйас оставили проект ради более прибыльного, а Джордж Мартин так и не закончил последние книги. Возможно, сыграв на признанном фанатами неудачном финале, он сможет предложить альтернативу в книгах. Впрочем, не будет ли это ответом на давление со стороны аудитории, вписывающимся всё в ту же логику?



Приведённые выше размышления имеют особое значение для интеллектуалов. Современность, в которой природа была замещена не просто культурой, но популярной культурой (Павлов, 2019b, стр. 209-210), ставит перед интеллектуалами задачу её интерпретации. Первые сезоны «Игры престолов» воспринимались многими как интеллектуальное откровение, иллюстрация политических идей Томаса Гоббса (Литтман, 2015), Никколо Макиавелли (Шульцке, 2015) или феминистский дискурс (Таллман, 2015). По ходу повествования, а, в особенности, в финале шоу становилось всё более очевидным, что философская глубина замещается работой с ожиданиями аудитории. Именно они всегда стояли на переднем плане для создателей, вероятно, и не задававшимися целью дать комментарий относительно природы власти или по какому-либо другому важному вопросу. Финал «Игры престолов» показал, что многие философы и учёные были обмануты, полагая, что за качественно снятым насилием и сексом стоит нечто большее. Впрочем, глубина во всём этом действительно была: мы получили знание о самой форме современного сериала, существующего в трансмедийности повествования. При работе с современной популярной культурой, прежде чем вынести суждение, не следует забывать, что она всё ещё существует в капиталистической логике, которая сегодня принимает формы цифрового капитализма, растворяющегося в мире новых медиа.

Список литературы

- Broe, D. (2019). *Birth of the Binge: Serial TV and the End of Leisure*. Detroit: Wayne State University Press.
- Eco, U., Giesbert, F.-O., Toranian, V. (2015). “La France a subi un choc qu’elle n’a pas encore digéré”. *Revue des Deux Mondes*, November, 8-23.
- Fathallah, J.M. (2017). *Fanfiction and the Author*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Gartenberg, C. (2019). The Next Star Wars Movie Hitting Theaters in 2022 will be from Game of Thrones’ Benioff and Weiss. *The Verge*. Retrieved from <https://www.theverge.com/2019/5/14/18623128/star-wars-movie-2022-game-of-thrones-benioff-weiss-bob-iger-rian-johnson-disney>
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An Annotated Syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 6(24), 943-958.



- Koblin, J. (2019). "Game of Thrones" Returns to Record Ratings in Season 8 Premiere. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2019/04/15/business/media/game-of-thrones-ratings.html>
- Laugier, S. (2018). Spoilers, Twists and Dragons. In I. Christie & A. Van den Oever (eds.), *Stories. Screen Narrative in the Digital Age* (pp. 143-152). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Lauretis, T. (2007). *Figures of Resistance: Essays in Feminist Theory*. Champaign: University of Illinois Press.
- Schiller, M. (2018). Transmedia Storytelling. . In I. Christie & A. Van den Oever (eds.), *Stories. Screen Narrative in the Digital Age* (pp. 97-108). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Stableford, B. (2009). *The A to Z of Fantasy Literature*. Lanham: Scarecrow Press.
- Suárez-Vázquez, A. (2011). Critic Power or Star Power? The Influence of Hallmarks of Quality Motion Pictures: An Experimental Approach. *Journal of Cultural Economics*, (2), pp. 119-135.
- Аронсон, О. (2005). Отсутствующее произведение или начала современного искусства. В О. Кривцун (ред.), *Метаморфозы творческого Я художника* (стр. 142-155). Москва: Памятники исторической мысли.
- Аронсон, О. (2013). Кинематограф сейчас – это своего рода икона секуляризованного мира. *Theory & Practice*. Retrieved from <https://theoryandpractice.ru/posts/6766-aronson>
- Берхин, В., Ефимов, А. & Штейнман, М. (2019). *Игра престолов. Прочтение смыслов*. Москва: АСТ.
- Горбачёв, А. (2014). Зима близко. Из чего сделана вселенная «Игры престолов»: от Войны роз до Стивена Кинга. *Афиша*. Retrieved from https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/cinema/game_of_thrones_sources/
- Джеймисон, Ф. (2019). *Постмодернизм, или культурная логика позднего капитализма*. Москва: Изд-во Института Гайдара.
- Ирвин, У. & Джейкоби, Г. (2015). *Игра престолов и философия: логика острее меча*. Москва: АСТ.
- Кушнарёва, И. (2013). Как нас приучили к сериалам. *Философско-литературный журнал Логос*, (3), 9-20.
- Литтман, Г. (2015). Мейстер Гоббс едет в королевскую гавань. В И. Уильям & Г. Джейкоби, *Игра престолов и философия* (стр. 21-36). Москва: АСТ.



- Ловинк, Г. (2019а). Интернет по ту сторону иллюзий – принципы дизайна мемов. В Г. Ловинк, *Критическая теория интернета* (стр. 59-78). Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж».
- Ловинк, Г. (2019b). Что есть социальное в социальных медиа? В Г. Ловинк, *Критическая теория интернета* (стр. 21-42). Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж».
- Лэнгли, Т. (2019). *«Игра престолов» и психология. Душа темна и полна ужасов*. Москва: Альпина Паблишер.
- Павлов, А. (2014). *Постыдное удовольствие. Философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Павлов, А. (2019а). Образы современности в XXI веке: пост-постмодернизм. *Личность. Культура. Общество*, (101-102), 53-62.
- Павлов, А. (2019b). Философия постмодерна и популярная культура. *Вопросы философии*, (3), 206-214.
- Панфилов, Ф. (2014). Телемедиализм: «средневековые» сериалы конца XX – начала XXI века. *Философско-литературный журнал Логос*, (6), 193-208.
- Рапопорт, Е. (2013). Логика сериала. *Философско-литературный журнал Логос*, (3), 21-36.
- Срничек, Н. (2019). *Капитализм платформ*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.
- Таллман, К. (2015). Дени среди варваров: культурный релятивизм в «Игре престолов». В У. Ирвин & Г. Джейкоби, *Игра престолов и философия* (стр. 218-229). Москва: АСТ.
- Фоли, М. (2011). *Век абсурда. Почему в современной жизни трудно быть счастливым*. Москва: Юнайтед Пресс.
- Шульцке, М. (2015). Правила игры престолов: уроки Макиавелли. В У. Ирвин & Г. Джейкоби, *Игра престолов и философия* (стр. 52-68). Москва: АСТ.

References

- Broe, D. (2019). *Birth of the Binge: Serial TV and the End of Leisure*. Detroit: Wayne State University Press.
- Eco, U., Giesbert, F.-O., Toranian, V. (2015). “La France a subi un choc qu’elle n’a pas encore digéré”. *Revue des Deux Mondes*, November, 8-23.



- Fathallah, J.M. (2017). *Fanfiction and the Author*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Gartenberg, C. (2019). The Next Star Wars Movie Hitting Theaters in 2022 will be from Game of Thrones' Benioff and Weiss. *The Verge*. Retrieved from <https://www.theverge.com/2019/5/14/18623128/star-wars-movie-2022-game-of-thrones-benioff-weiss-bob-iger-rian-johnson-disney>
- Jenkins, H. (2010). Transmedia Storytelling and Entertainment: An Annotated Syllabus. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 6(24), 943-958.
- Koblin, J. (2019). "Game of Thrones" Returns to Record Ratings in Season 8 Premiere. *The New York Times*. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2019/04/15/business/media/game-of-thrones-ratings.html>
- Laugier, S. (2018). Spoilers, Twists and Dragons. In I. Christie & A. Van den Oever (eds.), *Stories. Screen Narrative in the Digital Age* (pp. 143-152). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Lauretis, T. (2007). *Figures of Resistance: Essays in Feminist Theory*. Champaign: University of Illinois Press.
- Schiller, M. (2018). Transmedia Storytelling. . In I. Christie & A. Van den Oever (eds.), *Stories. Screen Narrative in the Digital Age* (pp. 97-108). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Stableford, B. (2009). *The A to Z of Fantasy Literature*. Lanham: Scarecrow Press.
- Suárez-Vázquez, A. (2011). Critic Power or Star Power? The Influence of Hallmarks of Quality Motion Pictures: An Experimental Approach. *Journal of Cultural Economics*, (2), pp. 119-135.
- Aronson, O. (2005). Missing Work or the Beginning of Modern art. In O. Krivtsun (eds.), *Metamorphoses of the Creative Self of the Artist* (p. 142-155). Moscow: Monuments of historical thought.
- Aronson, O. (2013). Cinema Now is a Kind of Icon of a Secularized World. *Theory & Practice*. Retrieved from <https://theoryandpractice.ru/posts/6766-aronson>
- Berkhin, V., Efimov, A. & Steinman, M. (2019). *Game of Thrones. Reading the meanings*. Moscow: AST.
- Gorbachev, A. (2014). The Winter is Coming. What the Game of Thrones Universe is Made of: from the Rose War to Stephen King. *Poster*. Retrieved from https://daily.afisha.ru/archive/vozduh/cinema/game_of_thrones_sources/



- Jamison, F. (2019). *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Moscow: Publishing House of the Gaidar Institute.
- Irwin, W., & Jacobi, G. (2015). *Game of Thrones and Philosophy: Logic Sharper than the Sword*. Moscow: AST.
- Kushnaryova, I. (2013). How We Were Accustomed to the Series. *Philosophical and Literary Journal Logos*, (3), 9-20.
- Littman, G. (2015). Meister Hobbes Travels to the Royal Harbor. In I. William & G. Jacoby, *Game of Thrones and Philosophy* (pp. 21-36). Moscow: AST.
- Lovink, G. (2019a). The Internet Beyond Illusions is the Design Principles of Memes. In G. Lovink, *A Critical Theory of the Internet* (pp. 59-78). Moscow: Hell Margin Press, Garage Museum of Modern Art.
- Lovink, G. (2019b). What is Social in Social Media? In G. Lovink, *A Critical Theory of the Internet* (pp. 21-42). Moscow: Hell Margin Press, Garage Museum of Modern Art.
- Langley, T. (2019). *"Game of Thrones" and Psychology. The Soul is Dark and Full of Horrors*. Moscow: Alpina Publisher.
- Pavlov, A. (2014). *Shameful Pleasure. Philosophical and Socio-Political Interpretations of Mass Cinema*. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics.
- Pavlov, A. (2019a). Images of the Present in the 21st century: post-Postmodernism. *Personality. The culture. Society*, (101-102), 53-62.
- Pavlov, A. (2019b). Postmodern Philosophy and Popular Culture. *Questions of Philosophy*, (3), 206-214.
- Panfilov, F. (2014). Telemedievalism: "Medieval" Series of the late XX - early XXI century. *Philosophical and Literary Journal Logos*, (6), 193-208.
- Rapoport, E. (2013). The Logic of the Series. *Philosophical and Literary Journal Logos*, (3), 21-36.
- Srnichek, N. (2019). *Platform Capitalism*. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics.
- Tallman, C. (2015). Denis Among the Barbarians: Cultural Relativism in the Game of Thrones. In W. Irwin & G. Jacoby, *Game of Thrones and Philosophy* (pp. 218-229). Moscow: AST.
- Foley, M. (2011). *A century of absurdity. Why in modern life it is difficult to be happy*. Moscow: United Press.
- Schulze, M. (2015). Rules of the Game of Thrones: Machiavelli's Lessons. In W. Irwin & G. Jacoby, *Game of Thrones and Philosophy* (pp. 52-68). Moscow: AST.

Cinema Studies

Исследования кинематографа



СОВЕТСКИЕ И ПОСТСОВЕТСКИЕ СЕРИАЛЫ В СОЦИАЛЬНЫХ ИСТОРИЯХ КЛАССИЧЕСКИХ И ПОСТКЛАССИЧЕСКИХ МАССОВЫХ КУЛЬТУР: ПРОБЛЕМЫ ДИСКРЕТНОСТИ И КОНТИНУИТЕТА

Кирчанов Максим Валерьевич (а)

(а) Факультет международных отношений, кафедра регионоведения и экономики зарубежных стран, ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет». Россия, г. Воронеж, Пушкинская 16. E-mail: maksymkyrchanoff@gmail.com

Аннотация

Автор анализирует особенности развития массовой советской и российской культуры. Анализируются сериалы «Вечный зов» (1973 – 1983), «Рожденная революцией» (1974 – 1977), «Ростов» (2019) и «Ангел-хранитель» (2019). Эти сериалы были одновременно формами и попытками идеологизации и индоктринизации масс. Советские и постсоветские массовые культуры формировали потребителя, но тактики и стратегии формирования культур потребления были различны. Автор, с одной стороны, настаивает, что концепт «симулякр» применим для изучения советских и постсоветских форм массовой культуры. С другой стороны, автор полагает, что советские и российские сериалы симулировали и имитировали реальность, воображая и конструируя их. Автор полагает, что между советскими и российскими формами массовой культуры существует одновременно преемственности и многочисленные разрывы, которые актуализируют особенности генезиса и политической генеалогии и интеллектуальной археологии советской и российской массовой культуры. Создатели современных российских сериалов трансплантируют советские идеологемы и мифологемы в массовые постсоветские культуры потребления, примитивизируя их. Автор полагает, что современная культура сериалов фактически стала попыткой десоветизации советского культурного наследия, его упрощения и интеграции в современные культурные пространства. Советские сериалы стали формой идеологизации и индоктринизации потребителей, российские сериалы стали попыткой десакрализации истории, ее интеграции в контексты массовой культуры.

Ключевые слова

Сериалы, советская массовая культура, российская массовая культура, потребление, культурные традиции, историческая память, исторические разрывы, культурный континуитет



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



SOVIET AND POST-SOVIET SERIALS IN THE SOCIAL HISTORIES OF CLASSICAL AND POST- CLASSICAL MASS CULTURES: PROBLEMS OF DISCRETENESS AND CONTINUITY

Maksym W. Kyrchanoff (a)

(a) Faculty of International Relations, Department of Regional Studies and Economies of Foreign Countries, Voronezh State University. 16, Pushkinskaja st, Voronezh, Russia. E-mail: maksymkyrchanoff@gmail.com

Abstract

The author analyzes the developments features of mass Soviet and Russian cultures. The serials including “Vechnyi zov” (“Eternal Call”, 1973 – 1983), “Rozhdionnaia revoliutsiei” (“Born by the Revolution” 1974 – 1977), “Rostov” (2019) and “Angel-hranitel” (“Guardian Angel”, 2019) are analyzed in the article. These serials emerged as forms of ideologization and attempts of indoctrination of the masses simultaneously. Soviet and post-Soviet mass cultures formed, imagined and invented the consumer, but the tactics and strategies of consumerism cultures formation and promotion were different. The author, on the one hand, insists that the concept of “simulacrum” is applicable for the analysis of Soviet and post-Soviet forms of mass culture. On the other hand, the author believes that the Soviet and Russian serials simulated and imitated realities, imagining and constructing them. The author believes that between the Soviet and Russian forms of mass culture there are continuities and numerous gaps that actualize the peculiarities of the genesis and political genealogy and intellectual archeology of Soviet and Russian mass cultures. The creators of modern Russian serials are too active in their attempts to transplant Soviet ideological clichés and myths into mass post-Soviet culture of consumerism, but they primitivized them. The author believes that the modern serial culture became an attempt to de-Sovietize the Soviet cultural heritage, to simplify and integrate it into modern cultural spaces and contexts. Soviet serials became a form of ideologization and indoctrination of consumers; Russian serials became an attempt to desacralize history and integrate it into the contexts of popular culture.

Keywords

Serials, Soviet mass culture, Russian mass culture, consumption, cultural traditions, historical memory, historical gaps, cultural continuity



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ФОРМУЛИРОВКА ПРОБЛЕМЫ

Утверждения о том, что современная культура постмодернизма является массовой культурой или культурой массового потребления, давно успели стать общим местом в современной историографии, а сами дефиниции «массовая культура» и «культура потребления» имеют устойчивые негативные коннотации. Это восприятие стало результатом развития культурных штудий в постсоветской России. «Культурология» является российским изобретением – интеллектуальной изобретённой традицией и воображенным конструктом. Западные культуральные штудии и новая культуральная история, с одной стороны, и российская культурология, с другой, вовлечены в изучение и анализ диаметрально различных проблем.

Если западные интеллектуалы активны в своих попытках анализировать формы и проявления массовой культуры в междисциплинарных контекстах, то российские историки культуры предпочитают действовать как именно историки культуры и/или искусств, предпочитая изучать и анализировать формы и проявления высокой культуры, игнорируя проявления массовой культуры, воображая ее как следствие процессов вырождения и эрозии классических культурных форм и канонов. Автор статьи полагает, что эта точка зрения является устаревшим архаизмом, а современная массовая культура, как другие формы культурных активностей, может быть предметом многочисленных сравнительных штудий классических и постклассических культурных активностей.

2. ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА

Эта статья затрагивает феномен сериала (Brinker, 2012, 2013, 2015a, 2015b, 2016), порожденного триумфом, прогрессом и постепенной эрозией массовой культуры (Rambo, 2016; Sánchez, 2016). И сериалы в частности (Denson, 2011a, 2011b), и массовая культура (MacDonald, 1953; Lang, 2009; Ashby, 2010; Burke, 1990) в целом как их социальная и культурная прародина успели стать объектом многочисленных частных и компаративных штудий (Denson, 2016; Casetti, 2016; Gruzin, 2016), что нельзя утверждать о советских и российских сериалах, которые не столь активно изучаются в отличие от их западных или латиноамериканских культурных аналогов. Известно, что массовая культура институционализировала особую культурную индустрию (Adorno, 1991), которая, отвечая на запросы массового потребителя,



обеспечивала его серийными культурными продуктами, включая сериалы.

Массовая культура своим появлением обязана непродолжительной эпохе модернити или модерна (Buci-Glucksmann, 1994; Carroll, 2000), которая положила начало процессу симплификации классики, позднее вдохновившему мутацию некоторых культурных достижений модерна в массовую культуру, что состоялось позднее, когда на смену модернизму пришел постмодернизм (Docherty, 1993), окончательно утвердивший массовое общество (Ginner, 1976; Swingewood, 1977; Konnhauer, 1959; Lederer, 1940) как основной тип организации культурного потребления. Диапазон мнений о массовой культуре разнообразен, варьируясь от восприятия ее как закономерного результата развития культуры до актуализации тенденций кризиса и упадка (Brantlinger, 1983). Сериалы, которые автор анализирует в этой статье, стали порождением общества потребления (Baudrillard, 1998), где сериалы, подобно гигантским торговым центрам привели к вытеснению мелких и средних магазинов из сферы торговли, также поспособствовали если не смерти жанра кинофильма, то его маргинализации и вытеснению в зону невидимости в современной массовой культуре.

Автор не позиционирует этот текст как статью в классическом понимании, полагая, что это – с одной стороны, приглашение к дискуссии, а, с другой стороны, попытка предложить исследовательскую программу изучения дискретностей и континуитетов в истории и развитии классических и массовых культур в их советских и постсоветских контекстах.

3. ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ В ТЕКСТЕ

Избегая общих мест историографии, автор в этой статье не намерен пересказывать сюжеты анализируемых сериалов, потому что они:

- во-первых, с одной стороны, анализируемые сериалы описывались и анализировались в академической историографии и интеллектуальной публицистике и в культуральных студиях;
- во-вторых, культурные генеалогии и интеллектуальные археологии этих сериалов чрезвычайно коротки для генерализации в историографическом стиле гранд-нарративов позитивистской традиции;
- в-третьих, эти сериалы, которые успели стать неотъемлемой частью массовой культуры, представлены в свободном доступе в



интернете, что освобождает автора от необходимости пересказывать их сюжетные линии – легкий доступ и простота потребления является системной особенностью визуализированных исторических источников;

- в-четвертых, автор полагает, что концептуализация в стиле конструкции или даже деконструкции нарративов, но не дескриптивный пересказ сюжетов советских и российских сериалов является более актуальным в современной историографической ситуации;
- в-пятых, современные российские культуральные штудии, как полагает автор статьи, очень ситуативны и зависимы от внешних факторов и конъюнктуры потому, что российские историки предпочитают изучать и анализировать конкретные и «модные» проблемы, избегая теории – поэтому, нехватка текстов с претензией на концептуализацию, которые способны вдохновить дебаты и дискуссии является фактором, который препятствует динамичному развитию современных штудий массовой культуры

4. СЕРИАЛЫ КАК ВИЗУАЛИЗИРОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ ИСТОРИИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Анализируя проблемы истории советской и постсоветской массовых культур, автор ограничит себя анализом нескольких советских и российских сериалов, которые имеют преемственность в продвижении политического сигнала или идеологического послания. Несколько сериалов, включая «Вечный зов» (1973 – 1983), «Рожденная революцией» (1974 – 1977), «Ростов» (2019) и «Ангел-хранитель» (2019) будут в центре авторского внимания в этой статье. Автор полагает, что классические и постклассические культуры имеют множественные точки соприкосновения и пересечения, но в этом тексте автор ограничиться попыткой сравнить советские и постсоветские российские классические и постклассические или постмодерные формы визуальной культуры сериалов. Автор настаивает, что советская и российская культурные тренды могут быть определена как формы и проявления массовой культуры.



5. ПОВЕСТКА ДНЯ ИЛИ “AGENDA” ИЗУЧЕНИЯ СОВЕТСКОЙ И РОССИЙСКОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Изучая советские и постсоветские сериальные культуры, автор полагает, что можно сформулировать несколько предположений, которые могут составить перспективную исследовательскую программу (повестку дня или “agenda”) сравнительного анализа культурных разрывов и преемственностей в истории советской и российской массовых культур.

Эти положения дискуссионного характера следующие:

Советские и российские сериалы принадлежали к культуре массового потребления, фактически являлись визуализированными формами массовых культур, но только советские и российские культуры массового потребления имели различные идеологические основания, координаты и траектории развития.

Массовые культуры гетерогенны и могут значительно различаться: несмотря на то, что интеллектуалы достигли компромисса, и некоторые представители академического сообщества полагают, что культуры XX столетия могут быть определены как «массовые культуры», автор настаивает, что массовая культура может быть разделена как «высокие» и «низкие» массовые культуры.

Политический авторитаризм Советского Союза стимулировал генезис, производство и воспроизводство «высоких» форм массовой культуры, потому что их создатели использовали сериал как форму политического послания: несмотря на формальную интеграцию в советский идеологический канон и политические контексты сериал «Вечный зов» частично был антисоветским, но это политическое послание было скрыто, и зритель был вынужден расшифровывать послание режиссёра.

Современные российские сериалы («Ростов», «Ангел-хранитель») актуализируют альтернативные или «низкие» формы массовой культуры – режиссеры понимают, что поиск скрытых идей и смыслов – это последнее, что интересует потребителя – поэтому политическое послание очевидно, потому что создатели современных российских сериалов воображают их как альтернативу советским формам сериальной массовой визуализированной культуры: поэтому примитивизированные образы-клише, локализуемые в черно-белой системе координат (большевики – бандиты и убийцы, белые офицеры – благородные рыцари, религия – бесспорное благо и т.п.) предлагаются как единственно правильный ответ для массового



зрителя-потребителя, который не имеет интеллектуального и культурного багажа советского зрителя.

Таким образом, советские и российские версии массовой культуры были формой индоктринизации и идеологизации масс, предлагая различные политические и идеологические ценности, которые варьировались от коммунистической идеологии и атеизма в советской массовой культуре до антикоммунизма и клерикализации масс в современной массовой культуре.

6. ОБЩИЕ МЕСТА АРХЕОЛОГИИ ИДЕЙ СЕРИАЛА: К ВОПРОСУ О СЕРИЙНОСТИ СИНГУЛЯРНОСТИ

Если воспринимать сериалы как утилизированные формы массовой культуры авторитарного или транзитного общества, создатели которых решали политические прикладные задачи, мы, вероятно, можем предположить следующее:

Между советскими и российскими сериалами существует зеркальная преемственность: сериалы «Вечный зов» и «Ангел-хранитель», с одной стороны, и сериалы «Рожденная революцией» и «Ростов», с другой стороны, являются классическими зеркальными продолжениями (Савельевы в «Вечном зове», Кондратьевы в «Ангеле-хранителе»); запутанные семейные связи и истории в «Вечном зове» и «Ангеле-хранителе», коллаборационизм и участие в войне в «Вечном зове» и «Ангеле-хранителе», явные сюжетны параллели и легкие формы плагиата в сериалах «Рожденная революцией» и «Ростов», формирование системы советской милиции в «Рожденная революцией» и «Ростов») и одновременно актуализациями дискретности (отсутствие религиозности в «Вечный зов», намеренная актуализация и визуализация религиозных чувств в «Ангеле-хранителе»; коммунистическое послание в «Рожденная революцией» и мотивы политического антикоммунизма в сериале «Ростов») между советской и постсоветской культурами массового потребления.

Современные российские сериалы стали фактически упрощенными, сокращенными, примитивизированными и адаптированными версиями советской культуры массового потребления: советские сериалы, вероятно, могут быть определены как многосерийные художественные фильмы (например, «Вечный зов» можно определить как высококачественный художественный фильм, адаптированный под формат и требования советского телевидения), а российская массовая культура, в отличие от советской, стала более массовой, актуализируя свою потребительскую



природу, хотя советская массовая культура учила советского потребителя потреблять, но возможности его потребления были ограничены нормами, интересами и требованиями советского идеологического канона.

Современные российские сериалы, которые стали частью общего, более широкого, социального и даже культурного контекста, могут быть определены как симулякры (Baudrillard, 1994) и зеркальные отражения продуктов, возникших в недрах советской массовой культуры, десакрализируют и интерпретируют реальность, чтобы она стала более понятной и доступной для современного зрителя, потому что формы и условия его социализации радикально отличались от советской социализации – советский зритель был продуктом идеологии, его современные массовые наследники стали результатами упрощения культуры.

Советские и российские сериалы стали фактически сериалами «общих мест», но эти «общие места» крайне различны: советская версия массовой культуры сериалов предусматривала идеологизацию насилия и его политическую сакрализацию, советские сериалы минимизировали гендерные коммуникации героев, то современная массовая культура сериалов минимизирует политическую борьбу до примитивного и упрощенного насилия, визуализируя отношения между полами, превращая их в легкие формы эротики, которые фактически стали обязательным атрибутом для каждого российского сериала.

Таким образом, с формальной точки зрения российские и советские сериалы были сингулярны. Сингулярность, вероятно, в большей степени была характерна для советской культуры производства сериалов, но в этом предположении авторы явно заметно и противоречие, которое представляется ему прозрачным и достаточно очевидным: как мы можем говорить о сингулярности, рассматривая сериалы как явления массовой культуры, которым изначально должна быть присущая серийность и массовость, что делает сингулярность как уникальность вторичным качеством или вовсе необязательным атрибутом. Вероятно, советские и российские сериалы были сингулярны в идеологически мотивированных восприятиях фактов в тех средствах и формах, при помощи которых их создатели доносили свое послание для зрителя. Для советского и постсоветского сериала характерна идеологическая сингулярность, но и она весьма условна, так как политические перемены 1990-х просто сменили политические акценты, оставив прежними, массовыми и серийными, формы коммуникации между авторами и потребителями.



В этой ситуации, сингулярность массовой культуры входит в число ее необязательных, факультативных опций.

7. ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ

Подводя итоги статьи, автор полагает, что возможны несколько промежуточных выводов, которые могут определить дальнейшие перспективы и направления сравнительного изучения советской и постсоветской массовых культур.

Во-первых, советские и постсоветские сериалы являются симулякрами – ни советские, ни российские телевизионные сериалы не были реальными отражениями реальности, представляя только попытки ее симуляции и имитации.

Во-вторых, между советскими и постсоветскими культурами сериалов существуют одновременно разрывы и преемственности – идеологизация контента является общей особенностью советских и российских сериалов – если советская культура сериалов предусматривала коммунистическую идеологизацию, то современные сериалы могут предлагать противоположное идеологическое и политическое послание: создатели советских и российских сериалов имели различные идеологические предпочтения – поэтому попытки продвижения антисоветской и антикоммунистической идеологии заменили пропаганду коммунистической идеологии и антирелигиозных настроений как ее производной.

В-третьих, современные постсоветские сериалы в сравнении с их советскими культурными и интеллектуальными предшественниками актуализировали тенденции упрощения и схематизации культуры, склонность их создателей использовать культурные и идеологические клише и стереотипы. Поэтому современный сериал – это запрограммированный культурный продукт.

8. СОВЕТСКИЕ И РОССИЙСКИЕ СЕРИАЛЫ: ВИЗУАЛИЗАЦИЯ VS ТЕКСТУАЛИЗАЦИЯ

Если классический постмодернизм (другой вопрос, насколько дефиниция «классический» применима к постмодерну) воспринимал мир как текст, то современную культуру потребления вряд ли можно определить как культуру текста. Текстуральность в массовой культуре, конечно же, пыталась конкурировать и даже конкурировала с визуальностью, но это противостояние не было для классических текстуральных форм культуры успешным, потому что аттрактивность



визуализированных форм и проявлений культурного дискурса оказалась более привлекательной в силу того, что она была легче и быстрее прочитываема массовым зрителем, который ее расшифровывал и тем самым подвергал одновременно деконструкции и десакрализации. Если некоторые западные интеллектуалы, например, Жак Деррида (Derrida, 1967) были склонны абсолютизировать текст, то культура потребления не любит текст, не доверяет тексту, она фактически отменяет его, заменяя визуализированным рядом – будь то комикс (последняя попытка текста достичь компромисс с визуальным образом) или фильм.

Сериал стал в этой интеллектуальной атмосфере апогеем визуализации и деконструкции текста. Советские сериалы («Вечный зов», «Рожденная революцией») были идеологически выверенной попыткой отмены текста, особенно в тех случаях, если сериал имел литературную основу. Авторы сценария современных сериалов («Ростов», «Ангел-хранитель») фактически неизвестны и анонимны, хотя значатся в титрах. Экранизация в советской версии массовой культуры фактически была равно идеологически мотивированной и политически санкционированной эвтаназии текста: многосерийные фильмы, как визуализированные продукты, были более эффективны с точки зрения контроля масс, ибо чтение вынуждало потребителя становится читателем, читать, понимать, расшифровывать и интерпретировать текст в то время, как советские сериалы освобождали от необходимости рефлексии над текстом, потому что видеоряд сразу программировал на идеологически мотивированное понимание.

9. КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ИПОСТАСИ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ: НЕПРЕХОДЯЩЕЕ ОБОЯНИЕ ГРАНД-НАРРАТИВОВ

Условно сериалы можно воспринимать как большие проекты и в этой ситуации неизбежно может возникнуть аналогия между ними и гранд-нарративами. С формальной точки зрения, представляется весьма привлекательным и соблазнительным описывать или интерпретировать сериалы как визуализированные формы гранд-нарративов, ибо они есть истории в смысле повествования, а само повествование намеренно и искусственно растянуто и пролонгировано. Некоторые интеллектуалы, например, Зигмунт Бауман (Bauman, 1998) и Жан-Франсуа Лиотар (Lyotard, 1984) полагали, что эра доминирования гранд-нарративов совпала с эпохой



модерна с его склонностью к большим авторитарным проектам, подкреплённым соответствующими идеологиями.

Казалось бы, большие нарративы были обречены на гибель в результате демократизации, которая неизбежно последовала за политической эрозией авторитаризма и размыванием его культурного и интеллектуального канонов, но массовая культура оказалась весьма восприимчивой к заимствованию более ранних культурных достижений, включая гранд-нарративы. В профессиональном сообществе историков периодически слышны голоса о неминуемом конце эпохи историографических гранд-нарративов, но ни один из них, начиная от «классов» и «классовой борьбы», завершая «нацией» и «национализмом» не собирается стать частью интеллектуальной истории или истории идей. И советский «Вечный зов» и пост(анти)советский «Ангел-хранитель» могут быть описаны в категориях именно гранд-нарративов в силу того, что идеологическое послание этих проектов было одновременно и очевидным, и объёмным, а масштаб охвата событий претендовал на излишнюю генерализацию.

10. СОВЕТСКИЕ И ПОСТСОВЕТСКИЕ СЕРИАЛЫ КАК ФОРМА ИСТОРИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ МАСС

Утверждения о том, что история, с одной стороны, в любом обществе зависима от политики и идеологической конъюнктуры давно успели стать общим местом и уже не нуждается в доказательстве. С другой стороны, интерес представляют те механизмы, при помощи которых правящие элиты и обслуживающие их интеллектуалы формируют коллективные представления о прошлом, которые соотносились бы с официальным канонам, и эти механизмы и формы работы с прошлым нередко остаются в тени. Опыт авторитарных и формально демократических режимов свидетельствует о том, что массовая культура обеспечивает элиты с достаточно эффективными механизмами формирования необходимой точки зрения, которая в силу политической ситуации признается правильной. XIX век и первая половина XX столетия были «золотым веком» для развития национализма, который изобретал нации как воображаемые сообщества.

Энтони Смит, британский историк, социолог и культуролог, полагал, что



«историки играли выдающуюся роль среди создателей и приверженцев национализма... историки внесли весомый вклад в развитие национализма... они заложили моральный и интеллектуальный фундамент для национализма в своих странах... историки, наряду с филологами, самыми разными способами подготовили рациональные основания и хартии наций своей мечты» (Smith, 1992).

Историки были видимы и заметны до триумфа массовой культуры потребления, пока та не подменила их собой, предложив сериал как универсальный код прочтения истории, точнее – ее расшифровки и десакрализации знания. Массовые сериалы превратили историю в столь же массово потребляемый продукт. Поэтому, если

«восприятие прошлого» имело «важное значение для легитимации современных идеологий» (Coakley, 2004)

в либроцентричном обществе, то в современной ситуации эти функции в условиях доминирования потребления монополизировал сериал. Если

«написание истории непосредственно влияет на развитие идентичности» (Kuzio, 2006),

как полагает Тарас Кузьо, то современные массовые культурные продукты вносят коррективы в процесс или уже непосредственно определяют основные векторы и траектории развития идентичности.

Если

«после краха коммунизма историки оказались вовлеченными в поиск новых парадигм для написания истории» (Hrytsak, 2004)

и неизбежно испытывали в этом направлении определенные трудности теоретического и методологического свойства, то массовая культура никакими моральными мучениями и комплексами в этой ситуации не страдала, но, наоборот, воспользовалась неожиданно возникшим вакуумом, заполнив его своим массовым продуктом, материализованным в форме сериалов, которые стали парадигмой для потребления истории массовыми потребителями. К концу XX века интеллектуалы осознали, точнее – признали, что



«школы и учебники – важные звенья в той цепи, при помощи которой современные общества сохраняют идею гражданства, а, с другой, идеализируя свое прошлое, предлагают своему сообществу и будущее» (Hein, Selden, 2000, p. 3).

В XXI столетии к этой паре «школа» / «учебник» добавился и третий элемент – сериал.

Если в Средние Века храм был библией неграмотного большинства, то в XXI веке сериал стал учебником истории, существенно потеснив школу в формировании коллективных представлений о прошлом, и поэтому, если раннее дискурс истории

«подобно мифу, представлял собой и дискурс идентичности» (Friedman, 2001),

то в XXI столетии истории потеснена в этом праве сериалом, который представляет идентичность для потребителей и представляет идентичность за потребителей. Если

«история делает существование нации законным» (Rottier, 2004),

то массовая культура при помощи сериала делает нации одновременно видимыми и несомненными фактами для потребителя, который свято верит в то, что как можно усомниться в том, что он видел по телевизору. Память о прошлом, как полагает К. Тилл,

«никогда не может быть личным опытом, она кристаллизуется через семейные рассказы, средства массовой информации, музеи, фильмы и исторические книги» (Till, 2006),

но эта ситуация была характерной для более раннего периода, когда процессы глобализации и виртуализации культурных пространств не зашли столь далеко, но современные культурные трансформации привели к тому, что сериал существенно и значительно потеснил своих традиционных конкурентов и оппонентов в деле формирования коллективных представлений о прошлом. В современном обществе даже полнометражный фильм кажется менее эффективным инструментом в корректировке исторической памяти,



чем сериал, хотя и первый, и второй могут предлагать сразу готовые рецепты восприятия исторических фактов.

11. СЕРИАЛЫ КАК (Ф)АКТОРЫ ФЕТИШИЗАЦИИ: ИСТОРИЯ, РЕАЛЬНОСТЬ И ИЗОБРЕТЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ ФЕТИШЕЙ

Массовая культура склонна к фетишизации, хотя это предположение почти стало общим местом в историографии (McGowan, 2019) и рискует превратиться в мифологему, но проблема взаимосвязи советского и российского сериала как культурного явления и части массовой культуры в ее взаимосвязи с фетишизацией принадлежит к числу тем, которые в историографии изучены в незначительной степени. Современные российские сериалы могут быть проанализированы как часть фэшн-фетишистского дискурса (Larry Utey, 2002), потому что героини фильма слишком хорошо и модно одеты для советского времени, а их белые зубы ставят их в один ряд с рекламой зубной пасты – еще одним системным атрибутом массовой культуры потребления. Герои-мужчины современного российского сериала в этой интеллектуальной ситуации излишне brutальны, что ставит образ советского генерала в один ряд с типическими и серийными образами американских супергероев.

Современный российский сериал «Ангел-хранитель» обеспечивает историков массовой культуры с еще одной формой фетиша, которая больше распространена в западном кинематографе. Речь в данном контексте идет о мифическом зоофетише оборотня, ибо советский боевой генерал («Ангел-хранитель»), который во время лечения в госпитале воет по ночам и едва не превращается в волка свидетельствует о разрыве в культурных традициях между СССР и постсоветской Россией, потому что в советской версии массовой культуры он бы скорее произносил идеологически праведные речи или участвовал в социалистическом строительстве и партийной работе. В этом контексте явление фетишизации в сериалах как проявления массовой культуры мутировало в фетишизацию истории при помощи ее осовременивания. Сериалы стали формой товарного фетишизма (Debord, 2009, Douglas, 1996), потому что массовая культура в своих сериалах не только примитивизировала историю, но и монетизировала ее, коммерциализируя прошлое. Сериалы отменили и подменили товарный фетишизм, заменив его историческим фетишизмом – овеществлением прошлого, что проявилось в его



визуализации в доэлектронную эру и виртуализации в виртуальную эпоху.

12. ОТ “GESCHICHTSPOLITIK” К “VERGANGENHEITSBEWÄLTIGUNG”, ИЛИ СЕРИАЛЫ ПРОТИВ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ЯРЛЫКОВ

Исторические манипуляции с участием профессиональных историков или политически и идеологически мотивированных интеллектуалов имеют все шансы стать достоянием прошлого, потому что не историки в частности и не интеллектуалы в целом не являются «властителями дум» современного общества потребления, так как массовая культура фактически отстранила их от механизмов формирования массовых представлений о прошлом, так как тексты профессиональных историков имеют весьма ограниченный эффект для общества, которому они просто не интересны по причине своей непонятности и содержательной недоступности.

Массовая культура, олицетворяемая сериалом, фактически отменяет интеллектуальные конструкты и делает бессмысленными лингвистические игры историков, упражняющихся в подборе определений и дефиниций, которые остаются непонятными для массового потребителя. Многочисленные дефиниции, включая *Geschichtspolitik* (историческая политика), *Vergangenheitspolitik* (политика прошлого), *Identitätspolitik* (политика идентичности), *Erinnerungspolitik* (политика памяти), *Erinnerungskultur* (культура памяти), *Geschichtskultur* (культура истории), *Geschichtsbewusstsein* (историческое сознание) мало о чем говорят не только неспециалисту, но и историку, который или не владеет немецким языком, или не специализируется в проблемах исторической памяти. Культура сериалов фактически отменяет все эти дефиниции, так как актуализирует в себе и историческую политику, и политику прошлого, и политику памяти, формируя свои культуры памяти и идентичности, но предлагая в первую очередь культуру восприятия, которая делает вторичным всё от *Geschichtspolitik* до *Geschichtsbewusstsein*.

Применение истории в обществах массового потребления не может ограничиваться изучением только прошлого – история может стать важным политическим фактором или превратиться в политический товар, или вовсе деградировать до части индустрии развлечений. Если восприятие истории может стать причиной мобилизации, легитимации, политизации национальной



идентичности, если в обществах может иметь место конструирование исторических восприятий и идентичностей, если формирование и развитие идентичности протекает в рамках интерпретации исторических событий, то массовая культура сериалов может быть той сферой, где разворачиваются все три эти процесса.

Если полагать, что история является представлением о прошлом, тесно связанным с выработкой идентичности в настоящий момент (Friedman, 1992), то сериалы в XX веке оказались просто незаменимым изобретением и достижением массовой культуры в руках политических элит, которые были заинтересованы в формировании и поддержании официального культурного дискурса как формально признаваемого культурного канона дозволенного. Сериалы в XX веке зарекомендовали себя как относительно эффективные, но малоизученные формы и механизмы реализации исторической политики. В эпоху национальных государств история была обречена быть националистической версией исторической и политической памяти того или иного общества. Поэтому, в представлениях о прошлом той или иной группы / сообщества неизбежно отражалось ее современное состояние (Thomson, 1968). Современное общество потребления очень соблазнительно представить как альтернативу политизированным и идеологически мотивированным обществам XX века, которые зависели от авторитарных идеологий и доктрин или непосредственно культивировали их. Некоторые интеллектуалы полагают, что политические процессы, связанные с распадом СССР, стали стимулом для деидеологизации. Срдьян Цвийич, например, полагает, что «деидеологизация истории имеет важное политическое значение и может использоваться политическими элитами для формирования определенного взгляда на историю как инструмент в создании новых национальных идентичностей» (Cvijic, 2008), но опыт актуальной истории массовой культуры свидетельствует об обратном. Культурные продукты, которые могут быть определены как принадлежащие массовой культуре, например, сериалы, формально не несут идеологической нагрузки, но фактически участвуют в форматировании исторической и политической памяти, предлагая идеологически мотивированные восприятия и интерпретации фактов прошлого.

Историческая память, как полагают Карстен Брюггеманн и Андрес Казекамп,



«помогает в создании общего прошлого и идеи единства, которая особенно важна в новых обществах, которые еще продолжают развивать политическое сообщество» (Brüggemann, Kasekamp, 2008),

но современные культурные ситуации обеспечивают их исследователей с примерами размывания и эрозии роли профессиональных исторических сообществ, потому что другие инструменты в обществе потребления оказываются более эффективными и действенными. Массовая серийная культура с таким ее достижением как сериал существенно меняет процессы формирования исторической памяти: сериал быстрее и доступнее доставляет информацию о прошлом до конечных потребителей, сериальная культура не требует специальных знаний о прошлом (лучше, если их не будет вовсе). Поэтому сериал, как часть массовой культуры, предлагает идеи единства нации или сообщества в уже адаптированном для потребителя виде, что делает профессиональные академические сообщества рудиментами эпохи либроцентричного мира.

В этой ситуации советские сериалы типа «Вечного зова» или «Рожденной революцией» отражали советские рефлексии как о советском, так и несоветском – досоветском или антисоветском – прошлом. Если постсоветские интеллигенции столкнулись с кризисом написания истории (Lindner, 1999), то массовая культура решила эту задачу для элит, массово визуализируя определенные исторические нарративы и возводя их в статус мифа через массовое тиражирование при помощи телевидения и интернета. Массовая культура смогла сделать с прошлым то, что не смогли историки и прочие интеллектуалы: она сериализовала историю, попутно упростив и визуализировав ее. Поэтому история в массовом сознании столь же массового зрителя сериализовалась: ее стало можно и возможно менять, типологизировать на приквелы, сиквелы и спин-оффы, история утратила формальную гетерогенность, а различные экранизации одних и тех же исторических текстов или сериалы, сфокусированные на одних и тех же событиях, актуализировали поливариативность истории.

Вероятно, массовая культура оказалась в состоянии достичь того, что не смогли сделать профессиональные академические сообщества историков. *Vergangenheitsbewältigung* – труднопереводимый немецкий термин, который означает «преодоление прошлого». Анализируя вклад сериала как культурного явления в развитие исторического



сознания современного общества, логично предположить, что исторические сериалы, как порождение массовой культуры, смогли именно «преодолеть» прошлое – упростить его, избавить от излишнего историографического и академического обрамления в форме сносок и прочего, что совершенно не интересует массового потребителя. Сериал был недооценен ортодоксальными интеллектуалами, уверенными в универсальности классической культуры, потому что они не заметили тот критический момент, когда общество прошло точку невозврата как период, когда массовая культура смогла ассимилировать историю и интегрировать ее в свое собственное, упростив и описав историю в категориях потребления и развлечения.

13. К СОЦИАЛЬНОЙ ИСТОРИИ ВИЗУАЛИЗИРОВАННЫХ ФОРМ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ

Если мы отбросим принципы или ценности пресловутой политической корректности, то мы будем вынуждены признать генетическую связь, прямую и непосредственную преемственность между российской версией массовой культуры и потреблением с ее советскими историческими предшественниками. Поэтому история российской массовой культуры потребления нуждается в своей предыстории и самым оптимальным вариантом будет, если она будет написана в категориях истории идей или интеллектуальной истории или в координатах новой социальной или новой культуральной истории. Позитивизм хорош и эффективен для сбора, систематизации и каталогизации фактов, но эти исторические картотеки позитивистской историографии нуждаются в деконструкции. История советской и современной постсоветской российской массовой культуре, конечно, может быть написана в линейной системе координат и в преимущественно событийной парадигме, что обеспечит историков постмодернистов материалов для воображения и деконструкции.

Социальные, политические и идеологические иерархии, которые существовали внутри массовой культуры, которая является многоуровневой и гетерогенной, могут и должны стать объектом дальнейшего исследования. Советская массовая культура была гетерогенной в этническом и национальном плане. Кинематограф союзных республик обеспечивает историков массовой культуры с различными примерами, тактиками и стратегиями визуализации истории, ее интеграции в официальные идеологические пространства



и политические каноны коммунистической идеологии и политической лояльности. Наряду с явно идеологически мотивированным продуктом советские киноиндустрии могли производить и производили образцы массовой культуры, которая имела «витринный» характер, интегрируя дискурсы «высокой» культуры в пространства массовой, но это была не более чем постмодернистская культура игры, имитации и симуляции.

14. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА – СЕРИАЛ – ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА: НЕУТЕШИТЕЛЬНЫЕ ВЫВОДЫ

В целом, анализируя феномен советских и российских сериалов, следует помнить, что они были формой работы с прошлым или проработки прошлого, так как их создатели не были независимыми творцами – в советский период они зависели от требований идеологического канона и необходимости проявления лояльности, в постсоветский – от законов рынка или его диктата. Сериалы стали формой исторической политики для массового применения, потому что содействовали инструментализации истории, превращая ее в инструмент и форму идеологизации и индоктринизации масс, которые фактически были потребителями культурного продукта, хотя качество этого продукта могло быть радикально различным. Сериалы редуцировали историческое прошлое до тех его форм, которые могли быть интегрированы в различные идеологические и/или политические каноны и предпочтения правящих элит. Формально советские и современные российские сериалы характеризуются различной степенью политизации и идеологизации, но фактически она мало изменилась в современной России по сравнению с советским периодом, потому что современная российская киноиндустрия смогла или предпочла изменить только акценты идеологизации, сменив знаки «минус» на «плюс» и наоборот. Эта ситуация свидетельствует только о том, что массовая культура в авторитарных режимах или транзитных обществах зависима от политической конъюнктуры.

История массовой культуры – это история постоянной интеллектуальной рефлексии и деконструкции. Вероятно, изучая советские и постсоветские формы и проявления массовой культуры будущим исследователям следует помнить о пользе ревизии более ранних историографических точек зрения и необходимости отказа от них через их деконструкции, потому что они имеют свойство становиться стабильными, чрезвычайно устойчивыми и превращаться в идеологемами и мифологемами, которые препятствуют новым



поколениям исследователей в их попытках увидеть интеллектуальную картину существования массовой культуры во всей ее полноте и в различных контекстах.

Деконструируя советские сериалы в современном академическом дискурсе, мы фактически конструируем их другое или альтернативное видение и предлагаем новые конструкты. Конструируя наши представления о современном массовом культурном продукте, мы фактически занимаемся археологией идей и интеллектуальной генеалогией современного сериала, интегрируя его в более или менее глубокие исторические контексты советской версии массовой культуры. Занимаясь подобными интеллектуальными маневрами, мы фактически легитимируем его (хотя культура сериала вовсе не нуждается в одобрении и тем более легитимации с нашей стороны, ибо единственное, что ей от нас необходимо – это потребление), создавая его историю и превращая в еще одну изобретенную или изобретаемую культурную или интеллектуальную традицию.

Список литературы

- Adorno, Th. (1991). *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. L.-NY.: Routledge.
- Ashby, L. (2010). The Rising of Popular Culture: A Historiographical Sketch. *OAH Magazine of History*, April, 11-14.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society. Myths and Structures*. L.-NY: SAGE Publications.
- Bauman, Z. (1998). *Work, consumerism and the new poor*. Philadelphia: Open University Press.
- Biddiss, M. (1977). *The Age of the Masses*. Harmondsworth: Penguin.
- Brantlinger, P. (1983). *Bread and Circuses: Theories of Mass Culture as Social Decay*. Yale: Cornell University Press.
- Brinker, F. (2012). Hidden Agendas, Endless Investigations, and the Dynamics of Complexity: The Conspiratorial Mode of Storytelling in Contemporary American Television Series. *Aspeers: Emerging Voices in American Studies*, (5). 87-109.
- Brinker, F. (2013). Contemporary American Prime-Time Television Serials and the Logics of Conspiracy. Theme Week “Conspiracy Theories”. *Media Res*, (8). April 8.
- Brinker, F. (2015a). On the Formal Politics of Narratively Complex Television Series: Operational Self-Reflexivity and Audience Management in *Fringe* and *Homeland*. In K. Kanzler (ed.), *Poetics of*



- Politics: Textuality and Social Relevance in American Literature and Culture* (pp. 41-62). Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Brinker, F. (2015b). NBC's Hannibal and the Politics of Audience Engagement, Transgressive Television: Politics and Crime in 21st-Century American TV Series. In B. Däwes (ed.). *American Studies: A Monograph Series* (pp. 303-328). Heidelberg: Winter.
- Brinker, F. (2016). On the Political Economy of the Contemporary (Superhero) Blockbuster Series. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/4-2-brinker/>
- Brüggemann, K., Kasekamp, A. (2008). The Politics of History and the “War of Monuments” in Estonia. *Nationalities Papers*. 36(3), 425-448.
- Buci-Glucksmann, Ch. (1994). *Baroque Reason: The Aesthetics of Modernity*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Burke, P. (1990). Popular Culture Reconsidered. *Storia della Storiografia*,(17), 40-49.
- Carroll, M. (2000). *Popular Modernity in America: Experience, Technology, Mythohistory*. Albany: State University of New York Press.
- Casetti, Fr. (2016). The Relocation of Cinema. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Coakley, J. (2004). Mobilizing Past: nationalist images of history. *Nationalism and Ethnic Politics*, 10(4), 531-560.
- Cvijic, S. (2008). Swinging the Pendulum: World War II History, Politics, National Identity and Difficulties of Reconciliation in Croatia and Serbia. *Nationalities Papers*, 36(4), 713-740.
- Debord, G. (2009). *The Society of the Spectacle*. Eastbourne: Soul Bay Press.
- Denson, Sh. (2011a). Marvel Comics' Frankenstein: A Case Study in the Media of Serial Figures. In D. Stein (ed.). *American Comic Books and Graphic Novels (Themenheft von American Studies / Amerikastudien)* (pp. 531-553), 56(4).
- Denson, Sh. (2011b). “To be continued...”: Seriality and Serialization in Interdisciplinary Perspective. *Journal of Literary Theory*. Retrieved from <http://www.jltonline.de/index.php/conferences/article/view/346/1004>
- Denson, Sh. (2016). Crazy Cameras, Discorrelated Images, and the Post-Perceptual Mediation of Post-Cinematic Affect. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.:



- Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Derrida, J. (1967). *De la grammatologie*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Docherty, Th. (1993). (ed.). *Postmodernism: A Reader*. NY: Harvester Wheatsheat.
- Douglas, M. (1996). *The world of goods: towards an anthropology of consumption: with a new introduction*. L. – NY.: Routledge.
- Friedman, J. (1992). Myth, History, and Political Identity. *Cultural Anthropology*, 7(2) (May), 194-210.
- Friedman, J. (2001). History, Political Identity and Myth. *Lietuvos etnologija. Lithuanian Ethnology. Studies in Social Anthropology and Ethnology*, (1), 41-62.
- Ginner, S. (1976). *Mass Society*. NY.: Academic Press.
- Gruzin, R. (2016). Post-Cinematic Atavism. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Hein, L., Selden, M. (2000). eds., *Censoring History. Citizenship and Memory in Japan, Germany and the United States*. Armonk – NY. – L.: M. Sharpe.
- Hrytsak, Y. (2004). On Sails and Gales, and Ships sailing in various Direction: Post-Soviet Ukraine. *Ab Imperio*, (1), 229-254.
- Kornhauser, W. (1959). *The politics of mass society*. Glencoe: Free Press.
- Kuzio, T. (2006). National identity and history writing in Ukraine. *Nationalities Papers*, 34(4), 407-427.
- Lang, K. (2009). Mass Society, Mass Culture, and Mass Communication: The Meaning of Mass. *International Journal of Communication*, (3), 998-1024.
- Larry Utley, C.-A. (2002). *Fetish Fashion: Undressing the Corset*. NY.: Green Candy Press.
- Lederer, E. (1940). *The state of the masses*, NY.: W.W. Norton & Co.
- Lindner, R. (1999). New Directions in Belarusian Studies besieged past: national and court historians in Lukashenka's Belarus. *Nationalities Papers*, 27(4), 631-647.
- Liotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- MacDonald, D. (1953). A Theory of Mass Culture. *Diogenes*, (3), 1-17.
- McGowan, T. (2019). Two Forms of Fetishism: From the Commodity to Revolution in «Us». *Galactica Media: Journal of Media Studies*, (1), 63-86. <https://doi.org/10.24411/2658-7734-2019-00003>
- Rambo, D. (2016). The Error-Image: On the Technics of Memory. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.), *Post-Cinema: Theorizing 21st Century*



- Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Rottier, P. (2004). Legitimizing the Ata Meken: the Kazakh intelligentsia writes a history of their Homeland. *Ab Imperio*, (1), 467-486.
- Sánchez, S. (2016). Towards a Non-Time Image: Notes on Deleuze in the Digital Era. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.), *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Smith, A. (1992). Nationalism and the Historians. *International Journal of Comparative Sociology*, 33(1-2), 59-80.
- Swingewood, A. (1977). *The Myth of Mass Culture*. L.: Macmillan.
- Thomson, D. (1968). Must History stay Nationalistic? The Prison of Closed Intellectuals Frontiers. *Encounter*, 30(6), 22-28.
- Till, K. (2006). Memory Studies. *History Workshop Journal*, 62(1), 325-341.

References

- Adorno, Th. (1991). *The Culture Industry. Selected essays on mass culture*. L.-NY.: Routledge.
- Ashby, L. (2010). The Rising of Popular Culture: A Historiographical Sketch. *OAH Magazine of History*, April, 11-14.
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society. Myths and Structures*. L.-NY: SAGE Publications.
- Bauman, Z. (1998). *Work, consumerism and the new poor*. Philadelphia: Open University Press.
- Biddiss, M. (1977). *The Age of the Masses*. Harmondsworth: Penguin.
- Brantlinger, P. (1983). *Bread and Circuses: Theories of Mass Culture as Social Decay*. Yale: Cornell University Press.
- Brinker, F. (2012). Hidden Agendas, Endless Investigations, and the Dynamics of Complexity: The Conspiratorial Mode of Storytelling in Contemporary American Television Series. *Aspeers: Emerging Voices in American Studies*, (5). 87-109.
- Brinker, F. (2013). Contemporary American Prime-Time Television Serials and the Logics of Conspiracy. Theme Week “Conspiracy Theories”. *Media Res*, (8). April 8.
- Brinker, F. (2015a). On the Formal Politics of Narratively Complex Television Series: Operational Self-Reflexivity and Audience Management in Fringe and Homeland. In K. Kanzler (ed.), *Poetics of*



- Politics: Textuality and Social Relevance in American Literature and Culture* (pp. 41-62). Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Brinker, F. (2015b). NBC's Hannibal and the Politics of Audience Engagement, Transgressive Television: Politics and Crime in 21st-Century American TV Series. In B. Däwes (ed.). *American Studies: A Monograph Series* (pp. 303-328). Heidelberg: Winter.
- Brinker, F. (2016). On the Political Economy of the Contemporary (Superhero) Blockbuster Series. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/4-2-brinker/>
- Brüggemann, K., Kasekamp, A. (2008). The Politics of History and the “War of Monuments” in Estonia. *Nationalities Papers*. 36(3), 425-448.
- Buci-Glucksmann, Ch. (1994). *Baroque Reason: The Aesthetics of Modernity*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Burke, P. (1990). Popular Culture Reconsidered. *Storia della Storiografia*, (17), 40-49.
- Carroll, M. (2000). *Popular Modernity in America: Experience, Technology, Mythohistory*. Albany: State University of New York Press.
- Casetti, Fr. (2016). The Relocation of Cinema. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Coakley, J. (2004). Mobilizing Past: nationalist images of history. *Nationalism and Ethnic Politics*, 10(4), 531-560.
- Cvijic, S. (2008). Swinging the Pendulum: World War II History, Politics, National Identity and Difficulties of Reconciliation in Croatia and Serbia. *Nationalities Papers*, 36(4), 713-740.
- Debord, G. (2009). *The Society of the Spectacle*. Eastbourne: Soul Bay Press.
- Denson, Sh. (2011a). Marvel Comics' Frankenstein: A Case Study in the Media of Serial Figures. In D. Stein (ed.). *American Comic Books and Graphic Novels (Themenheft von American Studies / Amerikastudien)* (pp. 531-553), 56(4).
- Denson, Sh. (2011b). “To be continued...”: Seriality and Serialization in Interdisciplinary Perspective. *Journal of Literary Theory*. Retrieved from <http://www.jltonline.de/index.php/conferences/article/view/346/1004>
- Denson, Sh. (2016). Crazy Cameras, Discorrelated Images, and the Post-Perceptual Mediation of Post-Cinematic Affect. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.:



- Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Derrida, J. (1967). *De la grammatologie*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Docherty, Th. (1993). (ed.). *Postmodernism: A Reader*. NY: Harvester Wheatsheat.
- Douglas, M. (1996). *The world of goods: towards an anthropology of consumption: with a new introduction*. L. – NY.: Routledge.
- Friedman, J. (1992). Myth, History, and Political Identity. *Cultural Anthropology*, 7(2) (May), 194-210.
- Friedman, J. (2001). History, Political Identity and Myth. *Lietuvos etnologija. Lithuanian Ethnology. Studies in Social Anthropology and Ethnology*, (1), 41-62.
- Ginner, S. (1976). *Mass Society*. NY.: Academic Press.
- Gruzin, R. (2016). Post-Cinematic Atavism. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.). *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Hein, L., Selden, M. (2000). eds., *Censoring History. Citizenship and Memory in Japan, Germany and the United States*. Armonk – NY. – L.: M. Sharpe.
- Hrytsak, Y. (2004). On Sails and Gales, and Ships sailing in various Direction: Post-Soviet Ukraine. *Ab Imperio*, (1), 229-254.
- Kornhauser, W. (1959). *The politics of mass society*. Glencoe: Free Press.
- Kuzio, T. (2006). National identity and history writing in Ukraine. *Nationalities Papers*, 34(4), 407-427.
- Lang, K. (2009). Mass Society, Mass Culture, and Mass Communication: The Meaning of Mass. *International Journal of Communication*, (3), 998-1024.
- Larry Utley, C.-A. (2002). *Fetish Fashion: Undressing the Corset*. NY.: Green Candy Press.
- Lederer, E. (1940). *The state of the masses*, NY.: W.W. Norton & Co.
- Lindner, R. (1999). New Directions in Belarusian Studies besieged past: national and court historians in Lukashenka's Belarus. *Nationalities Papers*, 27(4), 631-647.
- Liotard, J.-F. (1984). *The Postmodern Condition: A Report on Knowledge*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- MacDonald, D. (1953). A Theory of Mass Culture. *Diogenes*, (3), 1-17.
- McGowan, T. (2019). Two Forms of Fetishism: From the Commodity to Revolution in «Us». *Galactica Media: Journal of Media Studies*, (1), 63-86. <https://doi.org/10.24411/2658-7734-2019-00003>
- Rambo, D. (2016). The Error-Image: On the Technics of Memory. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.), *Post-Cinema: Theorizing 21st Century*



- Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Rottier, P. (2004). Legitimizing the Ata Meken: the Kazakh intelligentsia writes a history of their Homeland. *Ab Imperio*, (1), 467-486.
- Sánchez, S. (2016). Towards a Non-Time Image: Notes on Deleuze in the Digital Era. In Sh. Denson, J. Falmer (eds.), *Post-Cinema: Theorizing 21st Century Film*. L.: Reframe Books. Retrieved from <http://reframe.sussex.ac.uk/post-cinema/>
- Smith, A. (1992). Nationalism and the Historians. *International Journal of Comparative Sociology*, 33(1-2), 59-80.
- Swingewood, A. (1977). *The Myth of Mass Culture*. L.: Macmillan.
- Thomson, D. (1968). Must History stay Nationalistic? The Prison of Closed Intellectuals Frontiers. *Encounter*, 30(6), 22-28.
- Till, K. (2006). Memory Studies. *History Workshop Journal*, 62(1), 325-341.



КОНКУРИРУЮЩИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ: ИЗУЧЕНИЕ КУЛЬТУРНЫХ, ИСТОРИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ СЛОЖНОСТЕЙ «ТРЕХ КИТАЕВ». ПЕРЕВОД С АНГЛИЙСКОГО О. С. ЯКУШЕНКОВОЙ¹

Ли Цяо (а), Дженнингс Рос (b)

(а) Университетский колледж KDU, Utropolis Glenmarie Campus, Jalan Kontraktor U1/14, Seksyen U1, 40150, Shah Alam, Selangor, Малайзия. E-mail: film.studies@hotmail.com

(b) Университет Глостершир. Челтенем GL50 3PQ, Великобритания. E-mail: rjennings@glos.ac.uk

Аннотация

При встрече с политическими, историческими и культурными особенностями континентального Китая, Гонконга и Тайваня, возникают проблемные вопросы, связанные с пониманием разновидностей национальной/культурной самобытности, которые могут быть порождены ими. Что касается этих трех кинематографов на китайском языке, то традиционный подход к национальному кинематографу, ориентированный преимущественно на национальное государство как источник смысла, обеспечит лишь ограниченное понимание генерируемых смыслов. Данная статья опирается на теорию «воображаемых сообществ» Бенедикта Андерсона (1991), которая предполагает, что большая часть людей считает себя членами «нации» (и здесь мы интерпретируем этот термин широко и за пределами понимания географических границ и политических систем) через различные исторические наследия, культурную память и акты потребления. В этой статье мы исходим из того, что существует общее культурное значение (а именно «китайскость»), которое распространяется на три кинематографа на китайском языке и рассматривает культурное родство и существует как нечто большее, чем национальные и политические границы.

Ключевые слова

Национальное кино, Три Китая, Китайская культура, Культурное родство



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

¹ Статья переведена и подготовлена при поддержке РФФИ 17-33-01069-ОГН «Встреча с Чужим: российский и дальневосточный опыт межкультурной коммуникации».



CONTESTED IDENTITIES: EXPLORING THE CULTURAL, HISTORICAL AND POLITICAL COMPLEXITIES OF THE ‘THREE CHINAS’. TRANSLATED INTO RUSSIAN BY O. S. YAKUSHENKOVA

Qiao Li (a), Ros Jennings (b)

(a) KDU University College, Utropolis Glenmarie Campus, Jalan Kontraktor U1/14, Seksyen U1, 40150, Shah Alam, Selangor, Malaysia. E-mail: film.studies@hotmail.com

(b) University of Gloucestershire, Cheltenham GL50 3PQ, UK. E-mail: rjennings@glos.ac.uk

Abstract

When facing the political, historical and cultural complexities of Mainland China, Hong Kong and Taiwan, problematic issues arise in relation to understanding the sorts of national/cultural identities that might be projected by them. With regard to these three Chinese language cinemas, a traditional national cinema approach focussing predominantly upon nation-state as a source of meaning would provide only a limited understanding of the meanings generated. This article, however, draws on what Benedict Anderson (1991) put forward as the theory of ‘Imagined Communities’ which assumes a large body of people regard themselves as members of a ‘nation’ (and here we interpret this term broadly and beyond understandings of geographical borders and political systems) through a variety of historical legacies, cultural memories and acts of consumption. In this article we hold the assumption that there is a shared cultural meaning (namely ‘Chineseness’) that extends across the three Chinese language cinemas and consider cultural affinity as greater than national and political boundaries.

Keywords

National Cinema, Three Chinas, Chineseness, Cultural affinity



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ВВЕДЕНИЕ: "ТРИ КИТАЯ" И ПРОБЛЕМА¹ НАЦИОНАЛЬНОГО'

За последние два десятилетия изучение китайскоязычных фильмов (и здесь мы ссылаемся на исследования не только континентального китайского кино, но и кино Гонконга и Тайваня) стало предметом пристального интереса в академических кругах, как в Китае, так и на Западе. Термины "китайское кино" и "Китайское национальное кино" представляются проблематичными, когда затрагиваются вопросы идеологических и политических различий в правительствах этих трех областей. Например, на Тайване много говорят об использовании терминов *Zhonghua*, *Zhongguo* и *Zhongwen* и о том, какие термины наиболее уместны для обозначения Тайваня. В этой статье термин китайскоязычное кино не является политическим. В качестве лингвистической категории, а не национальной, китайскоязычное кино (включая как мандарин, так и региональные диалекты, такие как кантонский в Гонконге, а также тайваньский и другие южноминьские диалекты на Тайване и др.) следует рассматривать как термин, включающий кино материкового Китая, Гонконга и Тайваня. Политическое разделение (и, конечно же, реинтеграция Гонконга в 1997 году как особого административного района Китая) трех кинематографов² на протяжении многих лет ставило перед исследователями кинематографа особую проблему. По мнению некоторых исследователей, процесс разделения киноиндустрии в Китае, Гонконге и Тайване привел к созданию

"весьма самобытных национальных кинематографов на каждой территории" (Yueh, 1998, p. 74)

и во всех случаях изучение кино на китайском языке проводилось и было организовано на основе географических/политических различий, а понятие "три кита" (материковый Китай, Гонконг и Тайвань) доминировало в отношении изучения национального кино. Этот географический детерминизм ограничивает и до некоторой степени отрицает китайскую культурную традицию в этих трех кинематографах. Данная статья, однако, опирается на то, что Бенедикт Андерсон (1991) выдвинул как теорию "воображаемых сообществ", предполагающую общность

¹ Все три термина имеют отношение к идее «китайскости» (прим. переводчика)

² Автор статьи использует формулировку *three Chinese language cinemas*, которую достаточно сложно перевести на русский язык, поэтому здесь и далее мы будем использовать «три китайскоязычных кинематографа» (прим. переводчика)



людей, считающих себя частью "нации", (и здесь мы интерпретируем этот термин широко и за пределами понимания географических границ и политических систем) через различные формы исторического наследия, культурную память и акты потребления. Культурная идентичность, как предполагает Стюарт Холл (Stuart Hall, 2004), находится в точке пересечения политики, технологий и социальных трансформаций. Таким образом, символы (signifiers) китайской традиционной культуры можно рассматривать как общую культурную и историческую основы, пронизывающие по-разному все три кинематографа.

Данная модель не означает, что статья отрицает культурные особенности трех кинематографов на китайском языке. Например, в материковом Китае кинематографисты пятого поколения¹ (такие как Чжан Имоу и Чэнь Кайгэ и др.) с 1980-х гг. были одержимы культурной революцией. Интересно, что в контексте послеолимпийских фильмов на китайском языке новая работа Чжана Имоу "Возвращение домой" (2014) снова является трагической романтической историей, происходящей во время культурной революции. Термин "китайскоязычное кино после Олимпиады" (*Post-Olympics Chinese language Cinema – постолимпийское кино на китайском языке*) возник благодаря "Симпозиуму китайского кино после Олимпиады", организованного международным исследовательским центром Бадера, университета Квинса с 10 по 11 декабря 2013 года. Смысл названия фильма "Возвращение домой" (Gui Lai, с китайского "возвращение") может означать также возвращение Чжана (Gui Lai) к своей одержимости культурной революцией.

Специфичность Гонконга с точки зрения национальной/культурной идентичности можно рассматривать как результат влияния Китая, Великобритании и его собственной кантонской составляющей. На Тайване, в частности, при президенте Чэнь Шуйбяне в период с 2000 по 2008 год, частью движения за национальную и политическую автономию было поощрение культурной самобытности (а именно, "тайваньской самобытности"), следствием чего стало продвижение богини Мацзу, поддержка аборигенных исследований, агрессивная пропаганда различных тайваньских языков и т. д., с целью утверждения идеи независимости тайваньской культуры и ее отличия от культуры материкового Китая. Хотя при нынешней администрации КНП (Гоминьдан, Китайской

¹ В буквальном смысле, «пятое поколение» относится к выпускникам Пекинской киноакадемии, закончившим ее в 1982 (прим. переводчика)



национальной партии) этот раскол в значительной степени уменьшился, большая часть этих настроений все еще находит отклик среди населения.

Один из последних опросов относительно национальной и паннациональной идентичности на Тайване и в Гонконге, проведенный Фрэнком Лю и Фрэнсисом Ли (2013), подтверждает, что многие граждане Тайваня предпочитают называть себя тайваньцами, а не китайцами. Такое же понимание самоидентификации между «китайцами» или «гонконгцами» существует среди граждан Гонконга. «Столкнувшись с ростом экономической и политической мощи КНР, находящейся под влиянием наследия Китайской республики, и пережив десятилетия демократизации, тайваньское общество дало толчок множественности государственных и национальных идентичностей. Аналогичным образом, в Гонконге, политическом образовании с уникальным колониальным опытом и независимой гражданской идентичностью, общество также сталкивается с проблемами, связанными с (повторной) идентификацией с КНР» (Liu and Lee 2013, p. 1131). Особенно на Тайване, хотя многие здесь разделяют китайское культурное наследие (в основном потомки мигрантов 1948 года), существует большая и достаточно активная группа, отрицающая китайское культурное наследие и считающая себя культурно тайваньскими хокло, или представителями других местных этнических групп, которые имеют параллельную и в то же время независимую от материка историю. Для многих на Тайване, особенно для членов «Всеобщей Зеленой коалиции»¹ Демократической прогрессивной партии, актуально чувство параллельной истории, которая в равной степени охватывает португальскую и японскую оккупацию и культурное наследие.

В постколониальном контексте практически невозможно определить, что именно представляет собой нация. Столкнувшись с политическими, историческими и культурными особенностями континентального Китая, Гонконга и Тайваня, привычный подход к национальному кино, ориентированный преимущественно на национальное государство как источник смысла, становится проблематичным. Поэтому мы заменяем подход, опирающийся на *национальное* кино, *постнациональной* методологией, которая объединяет не только политические или национальные, но и

¹ Pan-Green Coalition – политическая коалиция, основу которой составляет Демократическая прогрессивная партия и ряд других политических партий. Зеленый цвет этой коалиции подчеркивает на ее антиядерную позицию. Коалиция также выступает за культурное своеобразие тайванцев, отличающее их от материковых китайцев. (Прим. переводчика).



культурные признаки. Одним из главных преимуществ статьи является то, что она утверждает, что кино континентального Китая, Гонконга и Тайваня, несмотря на трудности и противоречия, существующие в политических отношениях между ними, разделяет и изображает в своих фильмах общее богатое культурное наследие. Один из способов, с помощью которого мы попытаемся подойти к этой проблеме, заключается в вычленении символов китайской традиционной культуры и путей, которыми они могли бы проявить себя в трех кинематографах. При этом мы будем уделять особое внимание связям между тремя кинематографами на китайском языке с учетом единой китайской культуры и традиций. Мы придерживаемся предположения, что существует общее культурное значение (культурная близость), которое распространяется на три кинематографа на китайском языке. Мы используем термин "китайскость" для обозначения выражений общей культурной, исторической и философской преемственности, особенно в трех кинематографах "Новой волны".

2. КОНЦЕПЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО КИНО: НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ПОЛИТИЧЕСКАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ

До 1980-х годов критические исследования кинематографа придерживались общепринятых представлений о национальном кино. Идея национального кино уже давно лежит в основе продвижения не голливудских работ (Crofts, 1998, p. 385). Господство Голливуда привело к тому, что еще в 1920-е и 1930-е годы Франция и Германия создавали национальное кино почти в идеологической оппозиции к Голливуду. В своей книге "французское Национальное кино" Сьюзен Хейворд (1993, p. 5) объясняет, что к 1920-м годам во Франции раздавались призывы к созданию "подлинно национальному кино как защите от американской гегемонии, которые (прикрытые заботой о благополучии кинематографа) указывают на своего рода историцизм и нарциссизм".

Лишь в 1989 году Эндрю Хигсон дал более широкое определение концепции национального кино, он предлагает определять национальное кино не только с точки зрения "фильмов, произведенных в том или ином государстве" (Higson, 2002, p. 132-142), но и с точки зрения проката и показа, аудитории, критических и культурных дискурсов. Это одна из первых общих попыток осмыслить национальный кинематограф. Хигсон (2002) указывает,



что национальное кино следует рассматривать не только в связи с тем, где производятся фильмы, но и с учетом того, какую культурную идентичность они проецируют и как они потребляются во всем мире. В случае с национальным кинематографом, "китайскость" становится формой культурного капитала, формируемого на основе транснациональных дискурсов, которые согласовываются в ходе истории. Идеи о степени аутентичности китайца, которые рассматриваются как вытекающие из связей с территорией и знаний о "традиционных" китайских культурах, таких как конфуцианство и даосизм, стали основой, с помощью которой представители китайской диаспоры определяют себя по отношению друг к другу.

Сталкиваясь со спецификой трех китайских кинематографов, Чжан Инцзинь (Zhang Yingjin, 2004) считает, что понятие "национальный" трудно определить, и предпочитает рассматривать не какую-либо культурную или художественную особенность, а национализм, как доминирующую черту китайского кино.

Политическая природа национализма не может быть подвергнута сомнению, находит ли он явное выражение в кинопроектах или нет. Понятие гражданства в той же степени определено. В эпоху глобализации изучение национального кинематографа сталкивается со сложностями, обусловленными транснациональными культурными потоками и потоками капитала. Термин "транснациональное китайское кино" в киноведении стал популярным с конца 1990-х гг.. Для многих (Sheldon Hsiao-peng Lu, 1997) "транснациональность" становится инструментом, с помощью которого можно приблизиться к сложным связям между тремя китайскими кинематографами и кинопродукции представителей китайской диаспоры в эпоху глобализации. Однако, как отмечают Крис Берри и Мэри Факуэр, Гонконг "никогда не был национальным государством". Хотя в дипломатическом плане Тайвань обладает "квазинациональным" статусом, он никогда не заявлял о своей независимости и до сих пор не является официальным членом Организации Объединенных Наций на международной арене. Работа "Транснациональные исследования китайского кино" Берри (2011) - ключевой труд, концептуализирующий термин "транснациональный" в китайском контексте. Ссылаясь на Уилла Хигби и Сон Хви Лим (2010), Берри (2011, р. 9) формулирует три модели использования термина "транснациональный", среди которых вторая модель "фокусируется на культурных образованиях, которые поддерживают кино, выходящее за границы отдельных национальных государств или работающее на более местном уровне в них; например, кино на



арабском языке, кино на китайском языке". Хотя Берри (2011, р. 14) акцентирует внимание на множественных и противоречивых значениях термина "транснациональный" с отсылкой к интернациональности и глобализации, он не отрицает, что культурное родство является большей силой, которая определенным образом формирует "национальное" в трех кинематографах. Валентина Виталий (Vitali) и Пол Уиллемен (2006) подчеркивают важность изучения национального кино и необходимость постоянного пересмотра теорий/концепций этого кино.

Для нашего дальнейшего анализа необходимо уточнить термин "национальный". Работа Андерсона (1991) "Воображаемые сообщества, размышления о происхождении и распространении национализма" – пожалуй, самая цитируемая теория национализма. Под национализмом¹ Андерсон подразумевает тот факт, что люди, никогда не видевшие друг друга, в разных частях территории представляют себя как близкое сообщество, хотя на самом деле это является воображаемой идентичностью. Андерсон (1991, р. 4) утверждает, что

"... национальность, или, как можно было бы предпочесть выразиться с учетом многочисленных значений этого слова, нация (nation-ness), а также национализм являются культурными артефактами особого рода".

Следовательно, эта "воображаемая община" функционирует в качестве пост-просветительского организатора населения, пострадавшего от огромных миграций и формирования диаспор, явившихся следствием процессов деколонизации после Второй мировой войны (Croft, 1998, 386-387). А конструирование «национального», или "построить историю нации или национального кинематографа как последовательную, единую, однородную, – значит поддержать стирание различий и утвердить центристскую и неоконсервативную культурную политику" (Faulkner, 1994, р. 7). Утверждение Фолкнера полезно для подкрепления аргументов,

¹ Следует заметить, что данная отсылка к Андерсону не совсем уместна, так как Андерсон в этом конкретном случае, говоря о субъектах, которые не видели друг друга, но осознают себя, как целое, пояснял концепцию *воображаемого*, а не *национализма*: «It is imagined because the members of even the smallest nation will never know most of their fellow-members, meet them, or even hear of them, yet in the minds of each lives the image of their communion». Другими словами, Андерсон делал акцент на иллюзорность этого образования. Не случайно, он делает отсылку (сноска 9) к высказыванию известного британского историка Х. Сетона-Уотсона, который также говорил о «воображаемом» характере нации ("consider themselves"), что, по мнению Андерсона, можно перевести как «воображаем себя» (imagine themselves). (прим. ред.)



приведенных в этой статье, поскольку упрощает понимание сложности китайских кинематографа, так как в ней прослеживается гомогенная идентичность трех кинематографов на китайском языке.

Однако эта однородность не исключает дифференциации трех кинематографов по культурным особенностям, поскольку каждый из них обладает особым политическим и историческим опытом. Согласно Холлу (Hall, 2004) существует, по крайней мере, два смысла идентичности: идентичность как бытие (что дает чувство единства и общности) и идентичность как становление (или процесс идентификации, который показывает разрыв в формировании нашей идентичности). "Первая позиция определяет" культурную идентичность" в терминах одной, общей культуры, своего рода коллективного "одного истинного Я", скрывающегося внутри многих других, более поверхностных или искусственно навязанных "я", которые объединяют людей с общей историей и предками" (Hall, 2004, p. 387). Это особенно полезно для статьи при освещении роли китайской культуры и традиций в континентальном Китае, Гонконге и Тайване. Холл (2004) также указывает на неоднородность идентичности. Его утверждение помогает отметить культурные особенности каждого из трех китайскоязычных вариантов кино, при одновременном утверждении их однородности и неоднородности с точки зрения культурной/национальной идентичности. В своей книге "Культурная идентичность и репрезентация в кино" Холл (2004, p. 386) утверждает:

"Идентичность не так прозрачна и проста, как мы привыкли думать. Возможно, вместо восприятия идентичности как уже состоявшегося исторического факта, который представляется кинематографическими дискурсами, мы должны думать об идентичности как "производстве", которое никогда не заканчивается, всегда находится в процессе, и обязательно конституируется изнутри, а не вне репрезентации".

Этот критический подход может быть хорошо применен к ситуации в Китае, когда три кинематографа географически и политически разделены, но сохраняют сильные культурные связи.

Роль культуры в конструировании идентичности в китайском случае схожа с аргументом Хейворд (Hayward, 1993) о французском национальном кино. В своем исследовании Французского национального кинематографа Хейворд утверждает, что:



"в качестве реакции на то, как воспринималась Франция извне... будет полезно сохранить ... такие важные понятия нации, как миф и нации как различие и преемственность, а также понятие провозглашающей роли идеологии". (Hayward, 1993, p. 5).

Хейворд подчеркивает роль национальной культуры в конструировании национальной идентичности. Нация (nation-ness) характеризуется собственным мифом и аллегорией. Очевидно, что культура играет важную роль в формировании нации. Арджун Аппадурай (1996) подчеркивает роль культуры в создании нации, и именно здесь кино занимает важное место в качестве средства массовой информации:

"современный национализм предполагает общность граждан в определенном территориальном национальном государстве, которые делятся коллективным опытом, не в результате личного контакта или совместной подчиненности королевской персоне, а чтения книг, брошюр, газет, карт и других современных текстов"¹. (Appadurai, 1996, p. 161).

Андерсон (1991, p. 18) называет этот коллективный опыт "печатным капитализмом" и "электронным капитализмом". Однако недавно Хигсон (Higson, 2006) поставил под сомнение концепцию Андерсона "воображаемого сообщества", сделав следующее заявление:

Таким образом, аргумент "воображаемого сообщества" порой, как представляется, неспособен признать культурные различия и разнообразие, которые неизменно маркируют как жителей конкретного национального государства, так и членов более географически разбросанных "национальных" сообществ". (Higson, 2006, p. 18).

Утверждение Хигсона справедливо и в отношении трех кинематографов на китайском языке.

С этой позиции, при исследовании "китайскости", представленной в китайскоязычном кино, подобно аргументации

¹ Неправильная ссылка. Взята из: Modernity at large: cultural dimensions of globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996, p. 161, но изначально эта фраза появилась в работе Аппадурай "Patriotism and Its Futures," Public Culture Vol. 5, N 3, 1993, p. 414 (pp. 411-429), но и в ней Аппадурай отсылает к Habermas 1989; Calhoun 1992. (прим. ред.)



Холла (2004) и Хигсона (2006), мы также признаем разрыв и дифференциацию культурной идентичности в китайском случае, где политика сыграла важную роль, особенно для Тайваня, который все еще политически отделен от материкового Китая. Как указывает Шуберт (2004, р. 534), тайваньская политическая партийная система “идеологически разделена на два лагеря, выступающие за независимость (“зеленые”) и за объединение (“синие”), которые поддерживают две расходящиеся концепции национализма: тайваньскую и китайскую”. Исследование, проведенное Юнь-Хань Чу (2004) относительно национальной идентичности Тайваня – независимости или объединения, также показывает, что среди тайваньской общественности существуют сильные идеологические разногласия.

Хотя Гонконг и Тайвань были географически или политически отделены от материковой части Китая в течение многих лет, коллективный опыт остается благодаря влиянию китайской традиционной культуры. Например, в Гонконгском кино тема конфуцианской этики не только постоянно появлялась в постановках братьев Шоу, но и доминировала в большинстве гонконгских фильмов о боевых искусствах и боевиках, в которых главные герои всегда связаны с семьей и братством (к примеру, *A Better Tomorrow* (1986, 1987) Джона Ву (1986, 1987) и *The Killer* (1990)). Согласно конфуцианству, каждой социальной роли предписываются определенные правила поведения. Репрезентация конфуцианства в гонконгском кино становится очевидной благодаря преемственности китайских традиций и культуры в этой бывшей британской колонии.

Среди работ братьев Шоу типичным примером трансляции идей традиционной семейной этики является “Волшебная лампа” (У Цзянсян (Wu Jiangxiang) 1964), популярна среди китайцев история. Речь идет о Чэнь Сяне, который спасает свою мать, преодолевая самые тяжелые трудности и борясь со злом. Этот фильм, вне сомнения, следует конфуцианскому принципу сыновней почтительности. Другой фильм, который стоит упомянуть здесь, – это «Моя молодая тетушка» (*My Young Auntie*, Лю Цзянлян (Liu Jiangliang), 1980). В этой комедии юная леди становится тетей племянников старика, и в то же время ей приходится мириться со своим социальным положением на многих уровнях, так как племянникам старика, которым почти столько же лет, сколько и ей. Как подчеркивалось конфуцианством, молодые люди должны уважать старших, а старшие должны проявлять себя почтительно. Несмотря на то, что они почти одного возраста, они должны соблюдать правила в соответствии со своим положением в



конфуцианской семейной иерархии. Поэтому комедийные ситуации в этом фильме происходят очень часто.

В тайваньском кино влияние китайской традиционной культуры, философии и морали отчетливо проявляется в таких фильмах, как «Свадебный банкет» (Энг Ли, Ang Lee, 1993). В начале фильма родители, воплощающие собой господство китайской традиционной культуры, приезжают в Нью-Йорк. В такой конфуцианской семейной иерархии Вэйтон и Саймон, представляющие западную культуру, проявляют большое уважение к родителям. Однако, после встречи двух культур обе стороны должны пойти на компромисс, чтобы обеспечить прочные отношения. На персонажей Энг Ли также влияет философия конфуцианской «золотой середины», которая подчеркивает необходимость быть умеренным. Уникальность Энг Ли заключается в том, как эта философия представлена кинематографически. В своем кино он сочетает в себе более тонкие культурные особенности Китая, такие как глубина, таинственность и нежность, со свободой и индивидуализмом Запада. Повествование во многих его фильмах, таких как «Толкающие руки» («Pushing Hands» (1991)), «Ешь, пей, мужчина, женщина» («Eat Drink Men Women» (1994)) наследует стиль китайских традиционных литературных нарративов с их многозначностью, утонченностью и мрачностью.

3. ВСТРЕЧА ТРАДИЦИЙ, СОВРЕМЕННОСТИ И ПОЛИТИКИ

С 1980-х годов в материковом Китае, Гонконге и Тайване появились три варианта кинематографов Новой волны. История Новой волны в киноведении (начиная с итальянского неореализма после Второй мировой войны и французской Новой волны), по существу, связана с современностью (modernity). Как утверждает Джон Опп (1993, р. 6)

"...неомодерн берет свое начало в национальном кино Западной Европы и Соединенных Штатов, где он взаимодействует с западной капиталистической (реальностью)".

В контексте национального кино европейские художественные картины отличаются от других тем, что изображают особые классовые формации. В частности, как отмечает Жинетт Винсендо



(2001), роль “Heritage Cinema”¹ заключается в том, чтобы в значительной степени исследовать жизнь представителей высших слоев среднего класса. Однако три кинематографа на китайском языке, которые мы исследуем, возникли из столкновения между традиционным и современным, между мифом и религией, с одной стороны, и политическими идеологиями с другой.

Несмотря на социально-политические сложности и географическое разделение этих трех областей, история, традиции и преемственность обеспечивают связи с точки зрения общей культурной самобытности между ними. Без этого ключевого признания весь дискурс кино и современности (modernity) становится пустым (Ogg, 1993). Великий парадокс кино и модернизации заключается в том, что кинокартины “Новой волны” в материковом Китае, Гонконге и Тайване часто имеют дело с вопросами, если не всегда, с репрезентациями “прошлого”. Любое рассмотрение идентичности / идентичностей трех китайских вариантов «Новой волны» в нашем исследовании должно также учитывать понятия традиции, религии и религиозной философии и политики. Таким образом, при подходе к идеям “национальной идентичности” целесообразно начать с концепции “традиции”, поскольку мы утверждаем, что концепция национальной идентичности, проецируемая исследуемыми нами кинематографами, тесно связана с концепциями традиции и вопросами, связанными с прошлым.

Традиции обычно рассматриваются как практики, обычаи или истории, которые запоминаются и передаются из поколения в поколение (образуя богатую часть устной истории и устной культуры в обществах, где письмо не было широко распространено). Однако, Эрик Хобсбаум (2012, р. 1) утверждает, что «традиции, которые кажутся или считаются старыми, часто имеют довольно недавнее происхождение, а иногда могут быть и недавним изобретением». Согласно Hobsbawm (2012), некоторые традиции были намеренно изобретены по тем или иным причинам, часто с целью подчеркнуть или усилить значение определенных институтов. Традиции могут также изменяться в соответствии с потребностями времени, и эти изменения могут стать частью древней традиции. Он утверждает:

¹ «Heritage Cinema» (также «Heritage film») – буквально «Фильм-наследие», первоначально термин относился к британским картинам 80х гг., в ностальгической форме изображавшим страну в предвоенные годы, а также периода расцвета Британской империи. Подобные фильмы отличает эстетизация и увлечение деталями и ориентировка на консерватизм. (прим. переводчика)



Под "изобретенной традицией" понимается совокупность обычаев, обычно регулируемых открыто или молчаливо принятыми правилами и имеющих ритуальный или символический характер, которые направлены на привитие определенных ценностей и норм поведения путем повторения, что автоматически подразумевает преемственность с прошлым". (Hobsbawm, 2012, p. 1).

Это предположение относительно "традиции" важно для данной статьи, поскольку понимание управляемого характера "традиции" поможет нам лучше понять общее наследие, практику и ностальгию режиссеров, которые проявляются в фильмах, снятых в разных географических точках.

Например, в фильме "Любовное настроение" (*In the Mood for Love*, Вонг Карвай, Wong Kar-wai, 2000) режиссер изобретает своего рода "новый ориентализм", объединяющий аллегории и символы с глубокими китайскими культурными коннотациями, такими как шанхайский диалект, китайское женское платье ципао (cheong-sam), с ностальгией по Гонконгу 1960-х годов. Эта ностальгия проявляется и в новом Тайваньском кино с другим культурным контекстом. Интересен сюжет в «Пыль суетной жизни» (*Dust in the Wind*, Хоу Сяосяня (Hou Hsiao-hsian, 1986)): когда потерявшуюся лодку из материкового Китая прибывает к Золотым Воротам (территория Тайваня), рыбаки на лодке встречаются с тайваньской армией Золотых Ворот. Материковые китайцы боятся тайваньских военных, но те горячо приветствуют их. Армейцы передают подарки для семей рыбаков, и в долгой прощальной сцене взволнованно наблюдают за рыбацкой лодкой, покидающей Тайвань. Эти сцены позволяют предположить, что по другую сторону Тайваньского пролива, в материковом Китае, находится родина многих тайваньцев. Существует глубокая связь между людьми по обе стороны Тайваньского пролива. Данную ситуацию можно рассматривать как культурную привязанность режиссера Хоу Сяосяня к материковому Китаю. Это связано как с его личным мигрантским опытом, но также является отражением эмоциональной тоски многих тайваньцев китайского происхождения по материковому Китаю. Для многих тайваньцев китайские традиции и культура кажутся воспоминаниями из детства, которые хоть и могут исчезнуть с годами, но все еще глубоко укоренены в их сердцах. Если Гоминьдан (КМТ) попытался построить Тайвань как "законный Китай", который конкурирует с Китайской Народной Республикой, Хоу бросает вызов этому



официальному положению, укрепляя коллективную ностальгическую память о материковой части Китая.

Однако, необходимо учитывать, что материковый Китай, Гонконг и Тайвань имеют разные поводы для ностальгии, коренящиеся в социально-политических особенностях: Гонконг и Тайвань в течение длительного времени были «оторваны» от материкового Китая, что привело к иной мотивации обращения к прошлому, связей которых они были лишены. К примеру, в 1960-х и 1970-х гг. многие гонконгские фильмы о боевых искусствах были посвящены событиям китайской истории, в том числе таким бурным историческим периодам, как японская оккупация в 1930-х и китайская гражданская война в 1940-х годах.

В этих фильмах истории прошлого показывали сложные отношения между индивидуумом и нацией, касаясь темы судьбы и предназначения. Они также восхваляли верность и патриотизм. Такие фильмы, как "Кулак ярости" (Лю Вэй, Luo Wei, 1972), "Путь дракона" (Bruce Lee, 1972), затронули национальную память и культурные привязанности, поэтому достигли большого успеха в Гонконге, материковом Китае и Тайване.

В противовес этому, материковый Китай пережил культурную революцию между 1966 и 1976 гг.¹, которой не было в Гонконге и Тайване, поэтому послереволюционные фильмы материкового Китая были вдохновлены идеями, "заново открыть" прошлое, что не было свойственно Гонконгу или Тайваню. Это прежде всего фильмы кинематографистов «пятого поколения»²: "Желтая земля" (*The Yellow Earth*, Чень Кайгэ, Chen Kaige, 1984) и "Красный гаолян" (*Red Sorghum*, Чжан Имоу, Zhang Yimou, 1987) и др.

Когда кинематограф, будучи западной технологией и экзотикой для китайцев, появился в Китае около сотни лет назад, восприятие его как медийного средства также находилось под влиянием китайского

¹ В годы культурной революции кинематограф в КНР оказался практически под полным запретом. В прокат в 70-е гг. вышло лишь небольшое количество идеологически «выдержанных» фильмов. Многие талантливые режиссёры и актёры оказались в заключении. «Нормальное» развитие китайского кинематографа стало возможным лишь после окончания культурной революции, когда действия ее идеологических вождей (т.н. «банды четырех») было осуждено, а сами они оказались в заключении (прим. переводчика).

² Яркими представителями «пятого поколения» кинематографистов стали выпускники 1982 г. Пекинской академии кинематографии: Чень Кайгэ, Чжан Имоу, Чжан Цзюньчжао и Тянь Чжуанчжуан (Zhang Yimou, Tian Zhuangzhuang, Chen Kaige, Zhang Junzhao) некоторые другие. Приход в кинематограф новых молодых режиссёров, испытавших на себе все тяготы культурной революции, и не связанных жесткими идеологическими рамками оказался живительным стимулом обновления китайского кинематографа. Работы кинорежиссёров «пятого поколения» снискали заслуженную славу мастеров современного кино, и были высоко оценены как зрителями, так и кинокритиками. К четвертому поколению относят кинематографистов до начала культурной революции. (прим. переводчика)



традиционного мышления. Здесь нашей отправной точкой является идея о том, что из-за общей культурной истории эти формы "китайскости" будут проявляться и транслироваться в трех кинематографах, являющих, по крайней мере, одно измерение "национальной идентичности" (не обязательно однообразно или однородно). Здесь термин "китайскость" относится к исторически признанным культурным факторам/элементам, как философия и системы верований, проистекающие из конфуцианства и даосизма, а также аспекты фольклора, обычаи, и символическая система, для которой характерно наличие героя – мастера боевых искусств во всех трех кинематографах и во многих транснациональных фильмах режиссеров китайского, гонконгского и тайваньского происхождения¹.

Влияние конфуцианства и даосизма представлено не только в китайской, гонконгской и тайваньской кинематографических практиках (в последних двух более сложным образом из-за различных колониальных влияний, таких как британский, японский и голландский колониальный опыт), но и как общий ориентир (frame of reference). Китайская традиционная философия² основана на идее о взаимодействии неба и человека (и под небом здесь подразумевается Вселенная/природа). Этот философский подход делает небо объектом восприятия, а человека-субъектом восприятия. Эта философия обеспечивает основу для конвенциональных социальных правил в китайской культуре. Выражая эту идею через "гармонию" в даосской философии и "золотую середину" в конфуцианстве, обе системы подчеркивают взаимозависимые отношения между природой и человечеством. При этом нейтрализуется конфликт между субъектом и объектом, между человеком и природой. Эта эпистемологическая основа приводит к размышлениям о состоянии человека и его переживаниях.

¹Хотя сложно отрицать, что жанр рассказов (уся или юся) о мастерах китайских боевых искусств, имеет давнюю историю и восходит как минимум к IV-III вв. до н.э., тем не менее, не следует забывать, что в формировании уся, как кинематографического жанра, особую роль сыграл гонконгский кинематограф, так как на материковом Китае и Тайване это жанр длительное время был под запретом, как не соответствующий строгим моральным нормам. И даже этот жанр стал частью двух других кинематографических систем (в КНР и Тайване), стилистика и основные мотивы в этих трех системах существенным образом различались (прим. редактора).

² Вряд ли возможно говорить о единой «традиционной философии», при наличии в Китае различных философско-религиозных систем, множественности региональных систем народных воззрений, было бы значительным упрощением говорить так обобщенно. Не следует забывать и об условности понятия «традиционная» в отношении философия. Понятие «традиционное мировоззрение» китайского народа также звучит очень упрощенно без указания дополнительных характеристик (прим. редактора).



При попытке исследовать наличие китайской традиционной культуры и философии в кинопроизводстве в материковом Китае, Гонконге и Тайване, очень сложно точно определить, что представляют собой китайские традиционные культуры в точном смысле. С одной стороны, есть ощущение «изначальной сущности» китайских философий и подходов к жизни (кратко изложенных выше с точки зрения способов мышления, культурных убеждений и традиций). С другой стороны, существует также воплощение конкретных исторических, политических и социальных контекстов, в которых создаются такие системы убеждений¹. Мы предлагаем такое понимание китайской культуры, которое рассматривает ее как сложную с точки зрения ее связи (и отсутствия оной) с материковым Китаем, Гонконгом и Тайванем. Это побуждает, в свою очередь, исследовать такие вопросы, как взаимосвязь между современностью, культурной самобытностью (*cultural identities*) и традиционным мышлением / системами верований.

Понятие традиционной культуры как "самобытной сущности" особенно интересно при изучении в отношении трех национальных/географических самобытностей, которые отличаются друг от друга, но при этом имеют сильные общие культурные корни. К примеру, в течение пяти тысяч лет большинство китайского населения (населявшего материковый Китай, Гонконг и Тайвань) составляли крестьяне, что привело к формированию концепции туди (土地). Этот китайский термин можно перевести как земля/территория. Однако, в китайском контексте этот термин имеет более глубокое значение. Это относится к аграрной цивилизации, которая традиционно считается основной частью китайской цивилизации. Туди, или земля, веками питала китайский народ. С этой точки зрения, туди похож на французский терруар², который символизирует чувство места/принадлежности. Неудивительно, что туди высоко почитается и обладает первостепенным духовным положением среди китайского народа. Символически, туди является одновременно и матерью, и домом для китайского народа. Его влияние можно увидеть в самом сердце конфуцианства/даосизма и в том, как он формировал китайские общества на протяжении более двух тысяч лет. Конфуций (1996, р. 45) говорит:

¹ Именно об этом мы и говорили в предыдущем замечании.

² фр. *terroir* от *terre* – земля, многозначный термин, который на русский может переводиться как «деревенский», «местный», или же транслитерацией – терруар, что чаще используется в винодельческом бизнесе и обозначает совокупность различных природных факторов, определяющих качество продукта, произведенного или «принадлежащего» к конкретной территории. (прим. перевод.)



"Пока отец и мать живы, хороший сын не блуждает далеко".

Поскольку *tudi* можно воспринимать как основу китайской цивилизации, его влияние на кинопроизводство прослеживается в материковом Китае, Тайване и Гонконге (особенно в фильмах «пятого поколения» в материковом Китае, Тайваньском Новом кино¹ и гонконгском кино Новой волны в 1980-х гг.). Не случайно, название первого получившего международное признание фильма пятого поколения "Хуан Туди" ("Желтая земля", Чень Кайгэ, Kaige Chen, 1984) сигнализирует о постреволюционной² рефлексии на идентичность, рожденной при возвращении в "сельскую местность". Как отмечает Чжоу:

"...рефлексия «культуры» неизбежно включает в себя переосмысление истоков — «прошлого», которое порождает настоящее; повествования, мифы, ритуалы, обычаи и практики, которые объясняют, как народ становится тем, чем он является" (Chow, 1995, p. 174).

"Желтая земля" – это первый фильм представителя «пятого поколения», получивший всемирную известность и академическое внимание. Действие картины происходит в 1930-х годах в Шэньси, расположенной в Западном Китае³, где желтая почва является отличительной географической особенностью. Как упоминалось ранее, китайская цивилизация опирается на сельское хозяйство. Желтая земля (*tudi*) также является символом дома или матери для китайского народа и китайской цивилизации в целом. Несомненно, самая выдающаяся часть фильма – операторская работа Чжана Имоу. Эта картина создала ему репутацию лучшего оператора в Китае.

¹ Тайваньское Новое кино родилось в 1982 г. как реакция на активное внедрение на тайванский рынок гонконгского кинематографа и западных фильмов на видеокассетах (прим. перевод.).

² Речь идет о культурной революции (прим. переводчика)

³ Провинция Шэньси расположена в западной части Центрального Китая. Этимологически название Шэньси имело отсылку к Западу. Вместе с тем, вне всякого сомнения, это один из центральных районов Китая, а в историческом плане это еще и своеобразный центр, в пределах которого и формировалась государственность КНР. Одним из главных городов Шэньси является Сиань, который был в прошлом столицей Китая. Это город с трех тысячелетней историей. Именно Шэньси были конечной целью Великого похода Красной армии Китая. Здесь объединенные армии коммунистов смогли закрепиться, что послужило своеобразным центром для дальнейшего военного и административного строительства КНР. Название фильма «Желтая земля» символично на самых разных уровнях, так как элемент «земля» в натурфилософии Китая связан с центром, а основной цвет его желтый или золотой. Таким образом, «желтая земля» - это не только цвет почвы Шэньси, но еще и символический центр, где рождается новый человек. Кроме этого, Чжан Имоу родился в Шэньси, в Сиане (прим. переводчика).



Окончив кинематографический факультет Пекинской киноакадемии в том же году, что и Чэнь, Чжан сформировал уникальный для китайского кино кинематографический стиль, что придало картине значимость благодаря художественной композиции. В значительной степени, на стиль Чжана повлияла даосская живопись, однако его работа прослеживает характеристики как восточной, так и западной эстетики.

Как отмечает Эстер К. М. Яу (2006, р. 202),

"статичный вид далеких ущелий и склонов плато напоминают китайский свиток школы Чанъань".

На деле, безграничный ландшафт и желтая земля также символизируют дом и мать китайского народа и китайской цивилизации. Именно на такой "бедной" и обширной желтой земле китайский народ боролся со своей судьбой в период после Культурной революции. Действительно, эффект этой синкретичной эстетики, достигнутый с помощью сложной работы Чжана, визуально представляет собой метафору социально-политического контекста этого периода.

На Тайване концепция туди подвергается определенным преобразованиям и изменениям. То же самое произошло и в Гонконгском кинематографе, поскольку это более коммерческое кино, особенно после 1960-х годов. Однако идеология туди не исключена в фильмах о боевых искусствах и гангстерском кино, трансформируясь в защиту "Родины" и поклонение общине. Принцип *бао цзя вэй го* ("оберегать наши дома и защищать нашу страну") был первостепенным для китайского народа с древних времен. Во множестве фильмов о боевых искусствах протагонисты постоянно выступают в качестве национальных героев, борющихся против иностранной агрессии.

Хуан Фэйхун в "Однажды в Китае" (Цуй Харк, Tsui Hark, 1991) и сиквелах – один из самых патриотических персонажей. Понятие туди (здесь прослеживается неразделенное единство «дома» и «страны») и поэтическая справедливость – две основные темы в фильмах Брюса Ли, как и в серии "Однажды в Китае". И персонажи Брюса Ли, и Хуан Фэйхун демонстрируют свою конфуцианскую мораль: мудрость, доброту, храбрость, верность и прощение. Эти фильмы также иллюстрировали духовный мир конфуцианства: кунг-фу не является средством для завоевания или получения власти и прибыли. По сути, это способ культивирования нравственности, самозащиты и, в случае



необходимости, поэтической справедливости. Возможно, доминирующее положение духовно-этических основ жизни, сформированными конфуцианством и даосизмом, лежащие в основе китайской культуры, является более весомыми, чем конкретные отношения с Землей. Они влияли на формирование китайского общества более двух тысяч лет и стали ядром китайской цивилизации. Конфуцианство и даосизм также повлияли на многие восточноазиатские страны, такие как Япония, Сингапур и Южная Корея. Как заявляют Миджун Парк и Кэтрин Чесла:

"Конфуцианство – это не просто китайская философия. Как и другие великие древние философии, такие как буддизм и даосизм, конфуцианство было введено в страны Восточной Азии и оказало глубокое влияние на формирование каждого аспекта жизни. Конфуцианство было философской основой значительной части культуры в Восточной и Юго-Восточной Азии" (Park and Chesla, 2007, p. 297).

Осознание роли конфуцианства и даосизма в китайской цивилизации поможет нам лучше понять, как китайцы и народы китайского происхождения стали тем, кем они являются. Хотя в Китае нет своей собственной религии (буддизм берет свое начало в Индии), конфуцианство и даосизм – две философские школы с древних времен в Китае занимают эту нишу. Конфуцианская идеология порядка (в большей степени с моральной точки зрения) играет важную роль в формировании китайского общества и семьи, поэтому нам очень важно понять тему семьи, конфуцианскую систему отношений отец-сын, нашедшую свое отражение в китайскоязычных фильмах.

Даосизм также оказывает значительное влияние на китайское мышление. Для даосизма основная идея заключается в том, что за всеми материальными вещами и всеми изменениями в мире лежит один фундаментальный, универсальный принцип: Дао или «Путь»¹.

"Путь, о котором можно рассказать, не является неизменным; имена, которые можно назвать, не являются неизменными. Небо и Земля произошли от Безымянного; Обладающая именем"

¹ Хотя и перевод понятия «дао» через «путь» и правомочен, надо понимать, что такой перевод упрощает сложную концепцию даоской философии. Дао не имеет имени, дао безымянно, дао можно определить только апофатически, т.е. через отрицание: дао не является ни этим, ни тем. Ср. «Дао, которое может быть выражено словами, не есть постоянное дао. Имя, которое может быть названо, не есть постоянное имя». Дао Де Цзин в переводе Ян Хин-шуна, М. 1950) (прим. редактора).



мать, которая воспитывает десять тысяч существ, каждое по своему тину" (Лао-цзы, 1997, р. 3).

Отсюда, цель человеческой жизни – жить в соответствии с Дао, что требует пассивности, спокойствия, смирения и отсутствия стремления и планирования, поскольку планировать – это идти против Дао¹.

В отличие от даосизма, конфуцианство уделяло особое внимание социальной стороне жизни. Если даосизм можно рассматривать как способ жить в гармонии с природой, то конфуцианство – это способ жить в гармонии с обществом.

Конфуцианство подчеркивает необходимость дисциплины, веры и добродетелей, в том числе верности, братской любви и сыновней почтительности. Эти конфуцианские правила признавались китайскими императорами полезными для власти, и они всегда принимались феодальными режимами в качестве основной религиозной системы Китая на протяжении более двух тысяч лет.

Четыре главные добродетели конфуцианства: сыновняя почтительность, братство, верность и доверие, и даосская философия гармонии между природой и человеком играли первостепенное значение в китайских культурах. Правила конфуцианства и даосизма создали и сформировали китайскую культурную/национальную идентичность в кино материкового Китая, Гонконга и Тайваня, эти культурные коды сохраняются как мифические символы национальной идентичности и нарративов. Таким образом, при формировании "национального" в трех исследуемых нами ветвях китайского кино центральное место занимают основные догматы и верования конфуцианства и даосизма. Несмотря на эту центральную роль, конфуцианство и даосизм представляют собой не одну единую концепцию, а ряд древних традиций и подходов, которые, как мы

¹ Данное утверждение также грешит множеством упрощений. Вряд ли можно так однозначно приписать даосам пассивность и не желание «планировать». Одним из основных принципов даосизма является *увей* – «не-деяние», однако, оно не имеет ничего общего с пассивностью. *Увей* – это действия, не противоречащие законам природы. Планирование – также сомнительный термин, для обозначения принципа спонтанности действия у даосов. Все это также связано с принципом *увей*, так как, по мнению даосов, это действие, не направленное на получение выгоды. Но это не отменяет самого действия и понимания достигаемого результата. Даосы, за все время своего, существования, проявили себя довольно-таки активно, осваивая самые разнообразные профессии: художников, поэтов, литераторов, врачей, специалистов в боевых системах и т.д. Все эти профессии, особенно врачей, требовали от них четкого понимания конечного результата, то есть планирования своих действий, т.е. другими словами четкого планирования. Вместе с тем, это планирование попадало под определение *увей*, т.е. действия в соответствии с законами природы (прим. редактора).



продемонстрируем, могут существовать в условиях географических и политических различий.

Конфуцианская и даосская идеологии выступают в качестве культурного ядра эстетики китайских фильмов, что является важной частью наших доводов относительно культурной идентичности в трех ветвях китайского кино и авторской подписи некоторых режиссеров. С эстетической точки зрения Крис Берри и Мэри Энн Фаркуар (1999) исследовали взаимосвязь между китайской живописью и китайскими фильмами. Они отмечают:

"Китаизация была также применена к изображению с определенным эстетическим декоративным стилем, где основной соцреализм (Socialist-realist style)¹ был оштукатурен поверх китайскими мотивами" (Berry and Farquhar, 1999, p. 83).

Однако в основе китайской живописи лежит традиционная китайская культура и эстетические техники китайской живописи имеют более глубокое культурное значение (т.е. те, которые глубже, чем уровень техники).

Без знания традиционной китайской культуры и осознания ее взаимодействия с современностью в конкретном историческом контексте мы не можем интерпретировать "национальное" с достаточным культурным смыслом. Если язык прочно утвердился в качестве носителя культуры, то национальное кино можно рассматривать как новый носитель национальной культуры/идентичности, причем среда кино становится одним из самых непосредственных и популярных способов встречи с другой "страной" в эпоху глобализации. В случае китайским кино, очень мало западных ученых и еще меньше зрителей говорят на путунхуа², и важный аспект смысла теряется в переводе.

"Качество актерской игры зачастую страдает в дублированных фильмах, поскольку вокальные качества, тона и ритмы"

¹ Вряд ли однозначно можно отнести данное произведение к соцреализму, хотя во многом стиль картины содержит множество соцреалистических принципов. При всей народности этого фильма, в нем практически слабо отражена роль КПК, хотя КПК имплицитно присутствует в фильме. Возможно, авторы под socialist-realist style подразумевали социалистический реализм в более широком смысле (прим. редактора).

² Путунхуа – официальный язык КНР, в некоторых западных традициях наряду с термином «путунхуа» используется термин «мандарин» или «мандаринский язык», под которым ранее понимался официальный язык Китая или язык китайских чиновников – мандаринов. Наряду с путунхуа имеется ряд других диалектов (языков) китайского языка. Наиболее распространенным из них является кантонский диалект китайского языка (прим. переводчика).



конкретных языков в сочетании с жестами и мимикой, отличающимися национальный характер и актерские стили, буквально теряются в переводе" (Betz, 2009, p. 50)

Ситуация эта еще сложнее с гонконгским и китайским материковым кино. Во время съемок в Гонконге часто используются звезды, которые говорят либо на кантонском, либо на путунхуа. Окончательная версия фильма будет озвучена на кантонском и путунхуа для двух вариантов фильма в двух регионах. Например, Тони Люн (кинозвезда из Гонконга) будет отыгрывать роль на кантонском, а Джет Ли (из материкового Китая) – на путунхуа. Это означает, что в обоих языках и версиях фильма губы редко синхронизируются с произносимыми словами, поскольку одни актеры говорят на одном языке, а другие – на другом. Китайский материковый кинематограф сложнее, так как до недавнего времени в фильмах не разрешалось использовать синхронный звук, а весь диалог записывался и дублировался в стадии пост-продакшн, что опять же часто приводило к выпадению вокальных движений из синхронизации.

Для зрителей, не знакомых с китайской традиционной философией, дальнейшие тонкости культурного смысла легко упускаются из виду. Однако, наше внимание к китайской традиционной культуре не отрицает современного положения трех стран, кино которых мы исследуем. Под термином "современность" мы подразумеваем современность как в кино, так и за его пределами: современность в китайских фильмах и современность в китайских обществах. Яу (2006, p. 212) предлагает формулировку отношения Китая к современности, отмечая, что "с XIX века основные исторические события в Китае (войны, национальные бедствия, революции и т. д.) создали четыре темы, имеющие решающее значение для национального сознания – феодализм, выживание (subsistence), социализм и модернизация – в результате всего этого формируются дискурсы в многочисленных литературных и культурных текстах".

Хотя и в Гонконге, и Тайване начиная с 1960-х гг. были свои популярные киноиндустрии¹, материковое китайское кино,

¹ Как нам кажется, авторы несколько упрощают историю гонконгского и тайваньского кинематографов. Все также, и особенно в Гонконге, кинематограф начинается не с 60-х гг. XX в., и киноиндустрия там сложилась отнюдь не в 60-х гг. Конечно до конца 40-х гг. гонконгский кинематограф не мог соперничать с шанхайскими кинокомпаниями на материковом Китае, но в 50-е гг., как нам кажется, кинематографический центр во многом сместился в Гонконг. То есть уже в 50-е гг. наблюдается бурный расцвет кинематографа в этом британской колонии. Выходят



гонконгское и тайваньское кино прошли свои этапы модернизации в 1980-х гг, которые характеризуется тремя кинодвижениями: кино Пятого поколения, гонконгское кино Новой волны и тайваньское Новое кино. В кросс-культурных исследованиях влияние современности (и сопутствующей ей глобализации) на культурные традиции конфуцианства и даосизма неоспоримо. С 1949 года китайские традиционные культурные ценности в материковом Китае столкнулись с марксизмом и социализмом, в частности, с Маоизмом. Эта встреча оказала фундаментальное влияние на китайские умы и общества в материковой части Китая и, хотя и более косвенно (конечно, до повторного включения Гонконга в состав Китайской Народной Республики в 1997 году), Гонконга и Тайваня. К примеру, тревога по поводу возвращения Гонконга в материковый Китай в 1997 году не только повлияла на сознание людей в Гонконге, но и стала своего рода коллективным облаком депрессии, нависшим над головами гонконгцев в преддверии возвращения китайской администрации. Поэтому многие фильмы о Гонконге в период 1980-1990-х годов неизбежно воспринимались как беспокойство об этой политической "сделке", что хорошо заметно, например, в английском названии фильма "Ying Xiong Ben Se" Джона Ву, которое было переведено как "Лучшее завтра" (*A Better Tomorrow*) с отсылкой к очевидным политическим последствиям для будущего Гонконга.

В период между 1966 и 1976 годами экономика материкового Китая сильно пострадала от Культурной революции. К ее концу в 1976 году, КПК осознала, что экономика Китая находится на грани краха. В 1978 году была начата "политику открытости", экономика стала основой страны, со ставкой на ее развитие любой ценой. Лидер второго поколения КПК, Председатель Дэн Сяопин, сделал знаменитое замечание относительно дискуссий о социализме и капитализме:

многочисленные фильмы на путунхуа и кантонском диалектах. Кроме этого в Гонконге практически не было прекращения независимой киноиндустрии, так как Гонконг находился под оккупацией Японии лишь незначительный период времени с 1941 по 1945 гг., в то время как на Тайване эта оккупация продолжалась много дольше. И до II мировой войны киноиндустрия в Гонконге развивалась самостоятельно, занимая свою кинематографическую нишу, отличную от кинематографических трендов на материковом Китае или Тайване, особенно это проявилось в развитии кинематографического жанра *уся*, т.е. фильмов, центральной темой которых становится мастер традиционных боевых искусств. Во многом это утверждение авторов справедливо для тайваньского кинематографа, которое вынуждено было заново осознавать себя после освобождения острова от японской оккупации и после того, как проигравший Гоминдан вынужден был переселиться на освобожденный остров, сделав его своим центром новой политической системы (прим. редактора).



"Не имеет значения, черная кошка или белая, пока она ловит мышей" (Strother, 2006, p. 36).

Хотя китайский капитализм изначально был развит в Китае с 1840-х годов после Опиумной войны и достиг своего пика между 1927 и 1949 годами до создания КНР, он так и не получил полного развития до 1949 года из-за политических сложностей Китая. После 1949 и вплоть до 1976 года он был полностью ликвидирован из-за жесткой коммунистической/маоистской идеологии.

Поэтому замечание Дэн Сяопина о черно-белом коте после Культурной революции была быстро подхвачена Западом для выражения более деликатного политического подтекста. 6 января 1986 года Дэн появился на обложке журнала Time как Человек года. Начиная с "политики открытости", за которую выступал Дэн, капитализм и западный секуляризм взаимодействовали с Маоизмом, коммунизмом и традиционными китайскими культурными ценностями, и поэтому репрезентация этих влияний в кино заслуживает дальнейшего изучения.

После окончания десятилетней Культурной революции в 1976 году в кинематографе и литературе началось культурное движение поиска корней. Для многих, кто пережил потерю веры и идеологии, образовавшийся в результате этого духовный вакуум соединился с зарождающимся коммерциализмом в 1980-х годах. Анализируя это, Ричард Мэдсен (1998) описывает ситуацию в Китае после Культурной революции следующим образом:

"Культурная революция разрушила религиозную ауру, созданную Мао вокруг коммунистического движения... даже когда государство отказалось от своих религиозных притязаний, бессмысленное насилие Культурной революции оставило китайский народ с более серьезными вопросами, чем когда-либо прежде, об окончательном смысле жизни. В этом моральном вакууме многие китайцы были предрасположены искать в традиционной религии оправдание трагедиям прошлого и веру в новое будущее". (Madsen, 1998, p. 39)

В "Красном гаоляне" героиня «моя бабушка»¹ избегает своего брака по договоренности¹, используя свою активную сексуальность.

¹ «Моя бабушка» так ее называет рассказчик, пересказывая жизнь своих бабушки и дедушки (прим. переводчика).



Занимаясь сексом с "моим дедушкой" в поле красного сорго, она придает жизни совершенно другой оборот². Смелое выражение их сексуального акта было достаточно авантюрно по меркам материкового китайского кино в 1980-х гг. и, казалось бы, намеренно предполагало идею потенциала и автономии.

Это одновременно и сексуальное, и политическое действие, направленное для преодоления социальных, моральных ограничений как феодального, так и коммунистического обществ. Чжан прямо нападает на феодальную идеологию в этом фильме и косвенно – на коммунистическую, генерируя конкретную идею нации, которая не соответствует политическим версиям феодализма и коммунизма, преобладающим в современном Китае. Он опирается на понятия лояльности и коллективной памяти о японской оккупации 1930-х гг.. В конце фильма, столкнувшись с вторжением иностранного врага, "моя бабушка" и жители деревни, где она живет, жертвуют собой, чтобы спасти страну от оккупантов. Конец пронизан лояльностью к коммунистическому государству, но также имеет акцент на конфуцианском понимании лояльности и патриотизма к туди, что гораздо важнее, чем любые другие моральные обязательства. В фильме дедушка и бабушка рассказчика завоевывают доверие жителей деревни и упорно трудятся, чтобы заставить винокурню процветать до японского вторжения. И это, по сути, конфуцианское стремление. Тема культивирования лежит в основе китайской цивилизации. Как ключевой фильм пятого поколения, «Красный гаолян» играет важнейшую роль в проецировании сложного понимания прошлой и настоящей культурной идентичности материкового Китая.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Делая на акцент на движение Новой волны в материковом Китае, Гонконге и Тайване в 1980-х гг., статья устанавливает теоретическую базу положений о том, что "китайскость"/китайские традиционные

¹ По сюжету, бабушку главного рассказчика должны были отдать за муж за старого и больного старика – владельца винокурни (прим. переводчика).

² Здесь сложно однозначно говорить об активной сексуальности главной героини, так как по сценарию дедушка главного героя все-таки силой овладевает героиней, подкараулив ее в поле красного гаоляна. Но вместе с тем, Чжан Имоу оставляет эту сцену с определенной недосказанностью. В этой сцене нет активного поведения со стороны женщины. Режиссер напротив строит эту сцену на противопоставлении активной маскулинности и пассивной фемининности, что и характерно для китайской натурфилософии. Героиня лишь частично определяет свою судьбу. (прим. редактора)



культурные влияния составляют по крайней мере одно измерение единой для «трех Китаев» идентичности. В статье высказывается предположение, что существуют общие черты культур, основанные на традиционных китайских философиях, которые выходят за пределы их территориальных границ, но также дают четкое представление о том, какими могут быть отличительные особенности китайской культуры в современном мире.

В случае со всеми тремя кинематографами, которые мы исследуем, политическое вмешательство оказывает огромное влияние на построение их национальных государств. Что касается культурных особенностей трех китайских кинематографов, то и здесь нельзя обойти вниманием роль политики и политических идеологий в их становлении. Эта связь с политикой или государством, конечно, не является чем-то необычным в формировании и складывании национального кино. Французский кинематограф хороший тому пример. Как и во многих других странах, во Франции правительство было активно вовлечено в киноиндустрию. Национальный центр Кинематографии был создан в 1946 г. для достижения государственных целей в создании национального кино (Hayward, 1993). В эпоху глобализации, как указывает Берри (2011, 12), в транснациональном контексте «корпорации имеют относительную большую автономию от государства по крайней мере в экономическом аспекте и могут более легко функционировать, выходя за пределы государственных границ. Эмили Юэ-Ю Е и Даррелл Уильям Дэвис (2008, 37-51) предлагают термин «гипер-национального» (hyper-national) для описания "транснационального" в трех кинематографах на китайском языке, подчеркивая роли и функции China Film Group, принадлежащей правительству, которая, по их словам, стремится к национальной консолидации и транснациональному охвату в трех областях.

Возникает фундаментальный вопрос: какую именно национальную идентичность намерен проецировать национальный кинематограф с государственным вмешательством и идеологиями национализма в определенный исторический период? В китайском случае роль политической идеологии была значительна при построении национальной идентичности с 1949 года как в материковом Китае, Тайване, так и в меньшей степени в Гонконге. Победа коммунистов в материковом Китае и отступление КМТ на Тайвань инициировали политическую конкуренцию, поскольку каждый пытался построить себя как «законный Китай». После Второй мировой войны (особенно японской оккупации) националистическая



идеология также была типичным явлением и в Гонконгском кино. Как уже упоминалось, это заметно в гонконгских фильмах боевых искусств (таких как фильмы Брюса Ли), которые были популярны как на Востоке, так и на Западе с 1970-х гг.

Таким образом, национальный имидж и национальная идентичность менялись в зависимости от вмешательства государства и их финансовой поддержки, а также от различных преобладающих националистических идеологий. Как указывает Хэйворд (1993, р. 6): "сдвиги, в рамках которых упоминается та или иная конкретная страна, так как концепция национального кино будет меняться в соответствии с ее идеологией". Эта точка зрения сходна с аргументом Хигсона (2002, р. 132-142): "концепция национального кино почти всегда использовалась в качестве стратегии культурного (и экономического) соперничества, средства утверждения национальной автономии перед лицом (как правило) мирового господства Голливуда". Особенно это касается материкового китайского кино и тайваньского кино после 1949 года, когда обе конкурировали за то, чтобы претендовать на роль легитимного китайского национального государства. Для Гонконга, являющегося на протяжении ста пятидесяти семи лет британской колонией, кино также стало местом выражения самобытности в колониальном контексте. Такое политическое вмешательство в конструирование национальной идентичности заслуживает дальнейшего изучения в контексте материкового Китая, Гонконга и Тайваня. Например, государственное вмешательство и, особенно, влияние коммунистической идеологии имеют большое значение для транслируемой национальной идентичности в материковом китайском кино после 1949 года.

Принимая во внимание их собственную политическую историю и идентичность, статья открывает дискуссию и предлагает альтернативный взгляд на «китайскость» Тайваня и Гонконга. Заменяя традиционную национальные принципы кино на постнациональную и культурную методологию, статья рассматривает культурную близость как более значительную, чем национальные и политические границы, и предлагает альтернативный взгляд на то, как эти три области продолжают оспаривать политические идентичности, разделяя при этом единую культурную идентичность.

Заменив традиционные национальные принципы кино на постнациональную и культурную методологию, статья рассматривает культурную близость как нечто большее, чем национальные и политические границы, и предоставляет альтернативный способ увидеть три территории, где политические идентичности продолжают



конкурировать, в то же время, разделяя единую культурную самобытность.

Список литературы

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Appadurai, A. (1996). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In *Global Culture: Nationalism, Globalisation and Modernity*, ed. M. Featherstone, London: Sage.
- Berry, C. & Farquhar, A. M. (1999). An Analysis of Yellow Earth and Black Canon Incident. In C. E. Linda & D. Desser (ed.), *Cinematic Landscapes*. Texas: University of Texas Press.
- Berry, C. (2011). Transnational Chinese Cinema Studies. In S. H. Lim & J. Ward (Eds.), *The Chinese Cinema Book* (pp. 9-16). British Film Institute.
- Betz, M. (2009). *Beyond the Subtitle: Remapping European Art Cinema*. University of Minnesota Press.
- Chow, R., (1995). *Primitive Passions, Visuality, Sexuality, Ethnography, and Contemporary Chinese Cinema*. New York: Columbia University Press.
- Chu, Y. H. (2004). Taiwan's National Identity Politics and the Prospect of Cross-strait Relations. *Asian Survey*, 44(4), 484-512.
- Confucius (1996). *The Analects*. Hertfordshire: Wordsworth Editions Limited.
- Crofts, S (1998). Concepts of National Cinema. In J. Hill & P. C. Gibson (Eds.), *The Oxford Guide to Film Studies* (pp. 385-94). Oxford: Oxford University Press.
- Faulkner, C. (1994). Affective Identities: French National Cinema and the 1930s. *Canadian Journal of Film Studies*, (3), 2:3-24.
- Hall, S. (2004). Cultural Identity and Cinematic Representation. In P. Simpson, A. Utterson & K. J. Shepherston (Eds.), *Critical Concepts in Media and Cultural Studies* (pp. 386-97). London: Routledge.
- Hayward, S. (1993). *French National Cinema*. New York, Routledge.
- Higbee, W. & Lim, S. H. (2010). Concepts of Transnational Cinema: Towards a Critical Transnationalism in Film Studies'. *Transnational Cinemas*, 1(1), 7-21.
- Higson, A. (2002). The Concept of National Cinema. In C. Fowler (Eds.), *European Cinema Reader* (pp.132-42). Routledge.
- Higson, A. (2006). The Limiting Imagination of National Cinema. In E. Ezra & T. Rowden (Eds.), *Transnational Cinema* (p.18). Routledge.
- Hobsbawm, E. (2012). *The Invention of Tradition*. Cambridge University



- Press, Reissue edition.
- Lao Tzu (1997). *Taoism*. Cumberland, Wordsworth Editions Limited.
- Liu, F. C. S. & Lee, F. L. F. (2013). Country, National, and Pan-national Identification in Taiwan and Hong Kong: Standing Together as Chinese? *Asian Survey*, 53(6), 1112-1134.
- Lu, S. H. (1997). *Transnational Chinese Cinema*. University of Hawaii Press.
- Madsen, R. (1998). *China's Catholics: Tragedy and Hope in an Emerging Civil Society*. California: University of California Press.
- Orr J. (1993), *Cinema and Modernity*, Cambridge: Policy Press.
- Park, M. & Chesla, C. (2007). Revisiting Confucianism as a Conceptual Framework for Asian Family Study. *Journal of Family Nursing*. Retrieved from <http://jfn.sagepub.com/cgi/content/abstract/13/3/293>
- Schubert, G. (2004). Taiwan's Politics Parties and National Identity. *Asian Survey*, 53(6), 534-554.
- Strother, S. & Strother, B. (2006). *Moon Living Abroad in China*. Avalon Travel Publishing.
- Vincendeau, G. (2001). *Film/Literature/Heritage*. London, British Film Institute.
- Vitali, V. & Willemsen, P. (2006). *Theorising National Cinema*. London, BFI Publishing.
- Yau, E. C. M., (2006). "Yellow Earth" Western Analysis and a Non-Western Text. In D. Eleftheriois & G. H. Needham (Eds.), *Asian Cinemas: A Reader and Guide*. University of Hawaii Press.
- Yeh, E. Y. & Davis, D. W. (2008). Re-nationalizing China's Film Industry: Case Study on the China Film Group and Film Marketization. *Journal of Chinese Cinema*, 2(1), 37-51.
- Yueh, Y. (1998). Defining "Chinese". *Jump Cut*, 42:73-6. Retrieved from <http://www.ejumpcut.org/archive/onlinpapers/JC42folder/DefiningChinese.html>
- Zhang, Y. J. (2004). *Chinese National Cinema*. London and New York: Routledge.

References

- Anderson, B. (1991). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.
- Appadurai, A. (1996). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. In *Global Culture: Nationalism, Globalisation and Modernity*, ed. M. Featherstone, London: Sage.



- Berry, C. & Farquhar, A. M. (1999). An Analysis of Yellow Earth and Black Canon Incident. In C. E. Linda & D. Desser (ed.), *Cinematic Landscapes*. Texas: University of Texas Press.
- Berry, C. (2011). Transnational Chinese Cinema Studies. In S. H. Lim & J. Ward (Eds.), *The Chinese Cinema Book* (pp. 9-16). British Film Institute.
- Betz, M. (2009). *Beyond the Subtitle: Remapping European Art Cinema*. University of Minnesota Press.
- Chow, R., (1995). *Primitive Passions, Visuality, Sexuality, Ethnography, and Contemporary Chinese Cinema*. New York: Columbia University Press.
- Chu, Y. H. (2004). Taiwan's National Identity Politics and the Prospect of Cross-strait Relations. *Asian Survey*, 44(4), 484-512.
- Confucius (1996). *The Analects*. Hertfordshire: Wordsworth Editions Limited.
- Crofts, S (1998). Concepts of National Cinema. In J. Hill & P. C. Gibson (Eds.), *The Oxford Guide to Film Studies* (pp. 385-94). Oxford: Oxford University Press.
- Faulkner, C. (1994). Affective Identities: French National Cinema and the 1930s. *Canadian Journal of Film Studies*, (3), 2:3-24.
- Hall, S. (2004). Cultural Identity and Cinematic Representation. In P. Simpson, A. Utterson & K. J. Shepherason (Eds.), *Critical Concepts in Media and Cultural Studies* (pp. 386-97). London: Routledge.
- Hayward, S. (1993). *French National Cinema*. New York, Routledge.
- Higbee, W. & Lim, S. H. (2010). Concepts of Transnational Cinema: Towards a Critical Transnationalism in Film Studies'. *Transnational Cinemas*, 1(1), 7-21.
- Higson, A. (2002). The Concept of National Cinema. In C. Fowler (Eds.), *European Cinema Reader* (pp.132-42). Routledge.
- Higson, A. (2006). The Limiting Imagination of National Cinema. In E. Ezra & T. Rowden (Eds.), *Transnational Cinema* (p.18). Routledge.
- Hobsbawm, E. (2012). *The Invention of Tradition*. Cambridge University Press, Reissue edition.
- Lao Tzu (1997). *Taoism*. Cumberland, Wordsworth Editions Limited.
- Liu, F. C. S. & Lee, F. L. F. (2013). Country, National, and Pan-national Identification in Taiwan and Hong Kong: Standing Together as Chinese? *Asian Survey*, 53(6), 1112-1134.
- Lu, S. H. (1997). *Transnational Chinese Cinema*. University of Hawaii Press.
- Madsen, R. (1998). *China's Catholics: Tragedy and Hope in an Emerging Civil Society*. California: University of California Press.



- Orr J. (1993), *Cinema and Modernity*, Cambridge: Policy Press.
- Park, M. & Chesla, C. (2007). Revisiting Confucianism as a Conceptual Framework for Asian Family Study. *Journal of Family Nursing*. Retrieved from <http://jfn.sagepub.com/cgi/content/abstract/13/3/293>
- Schubert, G. (2004). Taiwan's Politics Parties and National Identity. *Asian Survey*, 53(6), 534-554.
- Strother, S. & Strother, B. (2006). *Moon Living Abroad in China*. Avalon Travel Publishing.
- Vincendeau, G. (2001). *Film/Literature/Heritage*. London, British Film Institute.
- Vitali, V. & Willemen, P. (2006). *Theorising National Cinema*. London, BFI Publishing.
- Yau, E. C. M., (2006). "Yellow Earth" Western Analysis and a Non-Western Text. In D. Eleftheriois & G. H. Needham (Eds.), *Asian Cinemas: A Reader and Guide*. University of Hawaii Press.
- Yeh, E. Y. & Davis, D. W. (2008). Re-nationalizing China's Film Industry: Case Study on the China Film Group and Film Marketization. *Journal of Chinese Cinema*, 2(1), 37-51.
- Yueh, Y. (1998). Defining "Chinese". *Jump Cut*, 42:73-6. Retrieved from <http://www.ejumpcut.org/archive/onlinpapers/JC42folder/DefiningChinese.html>
- Zhang, Y. J. (2004). *Chinese National Cinema*. London and New York: Routledge.

**New Media and Human
Communication**

Новые медиа и коммуникации



АВТОМОДЕРНИЗМ ПОСЛЕ ПОСТМОДЕРНА. КАК ВЫГЛЯДИТ «СОЦИАЛЬНОЕ» В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ?

Мазоренко Дмитрий Алексеевич (а)

(а) Школа философии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». 101000, Россия, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: d.mazorenko@gmail.com

Аннотация

В конце XX века концепция постмодерна была одним из доминирующих языков описания социального мира. Но ближе к началу следующего столетия ведущие исследователи стали ощущать исчерпание её объяснительного потенциала. После этого ряд теоретиков предложил свои подходы к осмыслению настоящего. Одним из них стал американский социальный теоретик Роберт Сэмюэлс, сформулировавший проект автомодернизма. В основании автомодернизма лежит диалектика индивидуальной автономии и технологической автоматизации, производимой различными общественными институтами. Люди обращаются к различным технологиям, чтобы упрочить собственную независимость от социальной среды. И хотя им удаётся достичь заветного отчуждения, оно парадоксальным образом оказывается зависимым от громоздких социальных структур. Несмотря на это, стремление к атомизации становится одной из центральных проблем современности, ставящей под сомнение необходимость феномена социального государства. Хотя Сэмюэлсу удалось адекватно концептуализировать проблематику современности, его теоретическое построение должно быть дополнено актуальным анализом того, как социальные интернет-сервисы трансформируют понятия «социальное» и «субъект». Автор данной статьи предлагает обратиться к тезисам голландского теоретика медиа Герта Ловинка, которые, ко всему прочему, помогают устранить главную недоработку Сэмюэлса – игнорирование воздействия социальных платформ на экономику.

Ключевые слова

Социальная теория, постмодерн, постпостмодернизм, социальное, современность, автомодернизм, субъект, технологии, интернет



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



AUTO-MODERNISM AFTER POSTMODERNISM. WHAT DOES “SOCIAL” LOOK LIKE IN THE DIGITAL AGE?

Dmitriy Alekseevich Mazorenko (a)

(a) National Research University «Higher School of Economics».
20, Myasnitskaya st, Moscow, Russia, 101000. E-mail: d.mazorenko@gmail.com

Abstract

At the end of the 20th century the concept of postmodernity was one of the dominant theoretical paradigms that described the social world. But in the early 2000s a group of leading researchers announced an exhaustion of its explanatory capacities. After that some theoreticians have suggested plenty of new approaches through which we can reflect elusive nowness. The idea of automodernism, formulated by Robert Samuels in his book ‘New Media, Cultural Studies and Critical Theory after Postmodernism’, was a part of that conceptual line. His descriptive model is based on dichotomy of individual autonomy and technological automation which is the result of interaction of different social structures. According to Samuels, the reason why people normally use wide range of technologies is hidden in their pursuit of independence from public realm. The most paradoxical thing is that their alienation is only possible in the highly social environment. Nonetheless, atomization becomes one of the main problems of modernity which whips up backlashes against the postmodern welfare state. It seems like Samuels has created adequate way of thinking about today’s social problems, but it is necessary to add some actual observations on how social networks transform the notions of ‘social’ and ‘subject’. This article offers pack of theses, made by Dutch media theorist Geert Lovink, that not only helps us to modify these terms, but also embeds economical component, dropped out from Samuels’ analysis.

Keywords

Social theory, postmodern, postpostmodernism, social, society, modernity, automodernity, subject, technologies, internet



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



1. ВВЕДЕНИЕ

Концепция автомодернизма, сформулированная американским социальным теоретиком Робертом Сэмюэлсом в 2007 году (Samuels, 2007), принадлежит к пулу языков описания современной культуры с условным названием «постпостмодернизм». Зонтичный термин постпостмодернизм появился, когда множество социальных учёных и теоретиков провозгласили окончание эпохи постмодерна. Одним из главных провозвестников её конца была литературный критик Линда Хатчеон. В своем центральном труде «Политика постмодернизма» она пишет, что с середины 1980-х годов постмодерн пытался стать контр-дискурсивным явлением, так как заявлял о целевых пересечениях с программами феминизма и постколониализма, а также с квир-, расовой и этнической теориями. Однако его подвела институционализация: постмодерн стал доминировать в академической среде и культурном пространстве и со временем всё больше превращался в очередную «доксу». Это дискредитировало его освободительную риторику и оттолкнуло от него множество сторонников (Hutcheon, 2002, p. 165-167). В другой своей работе Хатчеон указала на неспособность постмодерна в полной мере ухватить те изменения, которые прodelывают с нашим миром глобализация и информационные технологии. Поэтому она пригласила исследователей заняться поиском теоретической рамки для описания новой эпохи, пришедшей на смену постмодерну (Hutcheon, 2007, p. 16-18).

Впоследствии в проект постпостмодернизма были включены концепции реновализма, альтермодернизма, гипермодернизма, метамодернизма, космодернизма и многие другие (Rudrum, Stavris, 2015). Все они сконцентрировались на анализе различных срезов культуры – от кинематографа до институционального современного искусства. Но в этом и заключается их недостаток: большая часть из них практически полностью проигнорировала влияние технологий на современные социальные практики. Сбрасывать этот фактор со счетов было бы опрометчиво, поскольку цифровые устройства и программное обеспечение с каждым днём всё сильнее трансформируют повседневность. Речь здесь, впрочем, идёт не только о релевантной схематизации сегодняшнего состояния культуры, но и об ответе на вопрос о существовании понятия «социальное» (Павлов, 2018). Почему мы вообще задаёмся им при попытке концептуализации культуры? Дело в том, что в конце XX века многие авторы стали говорить о его вытеснении термином «современность». Этому взгляда,



к примеру, придерживался французский социолог Ален Турен, указывая на развитие процесса «индивидуализации» вследствие укоренения рационального мышления и индивидуальных личностных свобод (Touraine, 2007, p. 70-78). Каждая из концепций постпостмодернизма предлагает своё понимание современности, однако без учёта технологической компоненты его едва ли можно считать достаточным.

2. АВТОМОДЕРН КАК ЭПОХА

Автомодернизм, наряду с проектом диджимодернизма британского литературоведа Алана Кирби (Сафронов, 2019), как раз и акцентирует внимание на том, как новые технологии перекраивают ткань социальных отношений. В своей центральной работе Сэмюэлс пытается отделить пагубные черты нынешнего времени от постмодерна и включить их в термин автомодернизм (Samuels, 2010). Как темпоральная категория последний представляет собой перевёрнутую версию модерна. Цель модерна, как определяет её Сэмюэлс, заключалась в производстве обособленных сфер капитализма, демократии и науки. При автомодернизме мы видим слияние этой триады и неразбериху в их отношениях, порождаемую высокотехнологичной глобализацией. Местом смешения и циркуляции этих областей становится интернет, в результате чего политика оказывается предметом бизнеса и развлечений, а наука популяризуется и превращается в товар. Схожим образом дела обстоят и в идеологической плоскости. Если модерн стремился развести по разным углам категории приватного и публичного, то в ситуации автомодерна мы становимся свидетелями их столкновения. Ещё один сущностный признак модерна – непреднамеренное совмещение равенства, индивидуализма и политического участия с сегрегацией, бессубъектностью и социальным отчуждением, которые достались ему в наследство от домодернистской эпохи. Во времена автомодерна мы наблюдаем игру на каждом из этих полей (Samuels, 2010, p. 6-8).

Постмодерн же, до своей условной кончины, пытался стать громоотводом от этих гипертрофированных проявлений современности. Сэмюэлс представляет его в виде многообразия общественных движений, ведущих борьбу за большую социальную справедливость. Не менее значимым в контексте постмодерна оказывается для теоретика и понятие мультикультурализма. Оно подразумевает отсутствие вечной и единственно верной истины,



вместе с тем декларируя важность взглядов всех культур и сообществ. Этот термин работает в связке с социальным конструированием ценностей и истины, что подразумевает их потенциальную изменчивость. Враждебность к этой позитивной стороне постмодерна Сэмюэлс называет типичным дискурсом автомодерна, основная задача которого – упрочить сложившийся порядок. Подпитывают же его современные радикальные мыслители, в частности социальные теоретики Генри Дженкинс, Фредрик Джеймисон и Славой Жижек (Джеймисон, 2019; Zizek, 2008). Они отказывают людям в способности конструировать новые ценности и вместо этого настаивают на том, чтобы вернуться к нормативным установкам времён модерна, или даже предшествующей ему эпохи (Samuels, 2010, p. 117).

Магистральный вопрос автомодерна состоит в том, как технологии воздействуют на каждого отдельного субъекта социальных отношений. Выяснить это он пытается через осмысление технических артефактов новой эпохи, к числу которых относит: автомобиль, персональный компьютер, ноутбук, программное обеспечение, социальные онлайн-сервисы и мобильные устройства вроде плеера iPod и сотового телефона. Каждый из них даёт человеку ощущение свободы и мобильности, но подчас они оказываются не более чем фикцией. Для раскрытия этого тезиса достаточно привести в пример компьютеры. Несмотря на глубокую оптимизацию деятельности человека, эти устройства позволяют людям переносить работу на дом, что в корне деформирует их досуг. Ноутбуки же, будучи логическим продолжением компьютеров, и вовсе позволяют сделать приватным любое публичное пространство. Особое внимание, впрочем, обращает на себя интернет. На первый взгляд он кажется эффективным средством против атомизации, и более того – средоточием мультикультурализма и социальной активности. Тогда как на самом деле сеть нередко служит фундаментом для выстраивания кокона из собственных культурных предпочтений, в котором человек пытается укрыться от вибраций публичной сферы.

В 2009 году Сэмюэлс акцентировал внимание на появлении смартфонов, способных заменить собой целую линейку мобильных устройств. Он опасался, что с их проникновением люди утратят навык различения частных и публичных норм поведения. Телефоны и без того давали возможность вести приватные беседы в общественных местах. В новом же обличии они обрели функционал для отбора и фильтрации информационных потоков, с помощью которого пользователи могут регулировать наполнение собственной жизни.



Другая сторона проблемной пары интернета и смартфонов – повальное генерирование контента в блогах и социальных сетях. Интенсивное разрастание СМИ, что воспринимается и как манифестация свободы производства и обмена знаниями, приводит к замыканию аудитории на источниках информации, подкрепляющих их собственные убеждения. Этот эффект эхо-камеры усиливается и другой инфраструктурой интернета, например, поисковыми системами, чьи алгоритмы опираются на запросы пользователя при выдаче поисковых результатов (Samuels, 2010, p. 15-20). Кроме того, социальные платформы порождают в людях желание привлечь внимание тех, кого они даже не знают лично. Экстернализация чувств, говорит Сэмюэлс, – особая черта автомодерна, которая, в отличие от исповеди религиозным орденам, психологам или полиции не влечёт за собой какой-либо пользы для общества (Samuels, 2010, p. 21).

3. СВОЙСТВА АВТОМОДЕРНИСТСКОГО СУБЪЕКТА

Если говорить о субъекте автомодерна более предметно, то Сэмюэлс находит ошибочным постмодернистское определение нашего чувства «я» как социального и материального. Гораздо больше оно строится на психологическом и виртуальном восприятии себя. Ссылаясь на Жака Лакана, он приводит пример с зеркалом, чьё отражение даёт нам идеальное представление о своём теле, как о чём-то цельном, связанном и завершённом. Но мы не способны охватить его взглядом сразу со всех сторон, если только не прибегаем к помощи каких-либо подручных предметов. Потому карта нашего тела – не более чем продукт сознания. Однако представление о себе, подкреплённое такой виртуальной картой, даёт нам умозрительное ощущение автономии и конструкцию персональной идентичности. Мы получаем их и при любом другом восприятии нашей внешней репрезентации (Samuels, 2010, p. 12). Подобным образом автомодернистский субъект осознаёт себя в качестве внутреннего и внешнего объекта, которым он может манипулировать. Находясь в этой форме отчуждения, он, тем не менее, оказывается способным контролировать своё общее отчуждение в капиталистической системе.

Прояснить этот тезис Сэмюэлс берётся критическим разбором творчества американского рэпера Эминема. В своих треках он рассказывает о взрослении среди афроамериканской молодёжи в неблагополучных районах Америки. Массовая культура страны нередко ассоциирует образы последних с преступностью и иными видами девиантного поведения. Эминем, будучи белокожим, в своих



треках называет себя частью темнокожей культуры, чем порождает недовольство афроамериканской публики и разжигает новый виток расового скандала. Прослушав несколько альбомов, мы можем увидеть, как его идентичность множится до трёх ипостасей: Маршалла Мэтерса (его настоящее имя), Эминема (его сценический псевдоним), Slim Shady (его альтер-эго). Ярче всего пример этого само-отчуждения заметен в треке 'White America', где цвет кожи исполнителя становится объектом манипуляции и иронии со стороны всех его образов. Эта диалектика идентичностей лежит в основании коммерческого успеха Эминема и репрезентирует одну из крайностей автомодернизма – идеализацию угнетённых социальных групп, из-за которой они воспринимаются обладателями подлинной культуры и реальности. В такой парадигме афроамериканцы будто бы прекращают страдать от отсутствия образовательных и экономических возможностей, поскольку само страдание становится мощным инструментом власти. Угнетённые здесь становятся объектом, отражающим желания и страхи нашего субъекта автомодерна. И всё это происходит в пространстве культуры, которая в то же время позволяет художнику нейтрализовать серьёзность своих утверждений, преподнося их в облики «шуток».

Это позволяет указать на ещё одну важную детерминанту автомодернистского субъекта – ироническую дистанцию. Для иллюстрации её действия Самюэлс обращается к компьютерной игре Grand Theft Auto 3, выпущенной компанией Rockstar Games в 2001 году. Она стала первой трёхмерной игрой, дающей пользователю относительную свободу действий в заданной виртуальной реальности. Это послужило причиной её колоссального успеха среди геймеров. Теоретик анализирует её через идею Фрейда об отделении аффектов от их репрезентаций, так же связанную с юмором. Эта идея предполагает, что зритель может получить удовольствие, если позволит комедианту безнаказанно переступать границы социально допустимого. В контексте видеоигры, основной нарратив которой связан с насилием, рефлексия относительно агрессии вытесняется наслаждением от нападения на игровые объекты (Samuels, 2010, p. 123-125). Сторонники культуры видеоигр, например, исследователь Гонсало Фраска, аргументируют свою позицию тем, что успех этих объектов поп-культуры продиктован открытием пространства индивидуальной свободы, не скованного рамками социального детерминизма и политкорректности (Frasca, 2003). Однако Сэмюэлс настаивает, что, хотя агрессивные побуждения и локализируются в структуре виртуального мира, они всё равно остаются живыми и



циркулирующими, но только скрытым образом. А поскольку видеоигры являются нерефлексивным способом развлечения, культура не может противодействовать человеческой агрессии. В подобной автомодернистской комбинации личной автономии и технологической автоматизации мы обнаруживаем, что предметом оптимизации становится наше сложное отношение к другим людям. Поскольку мир GTA 3 наводнён стереотипными образами афроамериканской мафии, мексиканских наркоторговцев и других маргинальных слоёв американского общества, игрок по умолчанию принимает эти культурные коды и взаимодействует с ними посредством универсального языка насилия (Samuels, 2010, p. 123-132).

Что ещё важно для понимания субъекта автомодерна, так это обмен ролями с пассивным объектом, которому способствует автоматизация. В модернистской науке техническое устройство воспринималось как объект, управляемый активным субъектом. В автомодерне отношения между ними переворачиваются. Это становится ясно на примере видеоигр, где активность игрока редуцирована до движения руками, тогда как все остальные действия совершаются манипулируемым объектом на экране. Пользуясь терминологией Жижека, Сэмюэлс называет подобное состояние интерпассивностью (interpassivity). Эту проблему теоретик прочитывает в одной из сцен фильма «Матрица», когда главный герой Нео спит в своей постели, пока его компьютер обследует веб-сайты разных точек географии. Её смысл таков: в новой медиа среде, где Нео имеет доступ к глобальной культуре, он обречён оставаться в неведении относительно большей части её содержания. Взаимодействуя с технологиями, субъект оказывается в пространстве колоссального объёма информации и мгновенно обнаруживает свою беспомощность, поскольку не может объять её целиком и конвертировать в какое бы то ни было социальное действие (Samuels, 2010, p. 142).

Выхода из этого тупика пассивности по Сэмюэлсу два: через автоматизацию или персонализацию. Выбирая первый, мы, однако, сталкиваемся с проблемой ложной автономии и политического участия. Сэмюэлс визуализирует её через явление опросов общественного мнения – они дают людям ощущение прямого политического действия, но их фактическая власть опосредуется этой операцией и потому уменьшается. Второй же вариант вскрывает одно из структурных противоречий автомодерна. Как уже упоминалось ранее, его доминирующим умонастроением можно считать новый



романтизм с приматом индивидуального над общественным. Согласно ему субъект способен трансформировать социокультурные ограничения путём собственной рефлексии и активности. Но парадокс в том, что один из центральных персонажей эпохи – блогер – не может обойтись без массовой культуры, которая снабжает его сюжетами для последующей переработки. Отсюда следует более общий вывод: индивидуализм автомодерна не может отбросить в сторону постмодернистскую идею социального детерминизма. Потому все притязания на самодостаточность оказываются несостоятельны.

4. СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ АВТОМОДЕРНИЗМА

Основной социальный конфликт автомодерна развивается в политическом измерении. Точкой столкновения здесь становится концепт социального государства. Его главным противником Сэмюэлс определяет срез обеспеченных белокожих американцев, которые создают запрос на снижение налоговой нагрузки или полное упразднение программ социальной поддержки. Теоретик распознаёт их как либертарианцев, чьей характерной чертой является использование «перевёрнутой риторики» (*reversed rhetoric*). С помощью этого инструмента страта благополучных американцев выставляет себя жертвой сложившейся ситуации, когда государство «грабит» их для выполнения социальных обязательств. Они публично сокрушаются относительно женщин, этнических меньшинств и прочих социальных групп, называя факты их угнетения необоснованной выдумкой. Американское общество, по мнению либертарианцев, уже избавилось от предрассудков и предоставляет всем равные возможности для раскрытия своего потенциала. Потому социальные программы, со всеми вытекающими из них принципами справедливости, мультикультурализма и гендерного равенства, кажутся им излишней надстройкой (Samuels, 2010, p. 4-6).

Это создаёт условия для появления многочисленных движений против политкорректности. Сэмюэлс замечает, что и в массовой культуре проявление нетерпимости стало эффективным способом привлечения аудитории. Более того, она помогает циркулировать различным видам деструктивной риторики. Один из них касается высмеивания программ социальной поддержки. Фактически, говорит Сэмюэлс, американская молодёжь выросла в культуре, где доминирующим политическим сообщением является ненависть



политиков к государству и всем формам его манифестации. Другой вид негативной риторики связан с отказом от смыслового наполнения предметов культуры. Здесь необходимо вновь обратиться к примеру с Эминемом, в частности его треку ‘White America’ – одному из главных политических комментариев рэпера. Он завершается фразой «Я просто пошутил. Я люблю тебя, Америка», полностью перечеркивающей критическую нагрузку трека. Этот иронический жест указывает на автомодернистское злоупотребление нигилизмом, который очищает искусство от позитивного политического содержания. Это позволяет ему соответствовать запросам глобализации, требующей бесконфликтных форм художественного высказывания. Поскольку, утверждает Сэмюэлс, американская культура стремится стать средством бессмысленного наслаждения, она легко может быть глобализована.

Сэмюэлс убеждён, что в нынешнем положении дел виноват радикальный дискурс академической среды. Для его медийного среза значимыми, по мнению теоретика, оказываются идеи культуролога и профессора Массачусетского технологического института (MIT) Генри Дженкинса. Дженкинс – один из первых исследователей социальных медиа, который увидел в них колоссальный потенциал для общественных трансформаций. Наблюдая за фанатскими онлайн-комьюнити, он зафиксировал первые ростки «культуры участия» (Participatory Culture) – новых способов организации людей для совместного потребления и производства продуктов массовой культуры. Учёный сразу же заявил об их огромном демократическом потенциале и предрёк скорое упразднение социальных структур вроде государства, экспертных сообществ, СМИ и университетов (Jenkins, 2006, p. 118; 136). Это станет возможно благодаря лавинообразному распространению электронных устройств среди людей, конвергенции медиа и диверсификации медийного производства. Сэмюэлс обвиняет Дженкинса в апологии идеи линейного прогресса, серьёзно конфликтующей с действительностью автомодернистской культуры. Его основная претензия заключается в том, что из дискурса технологического прогресса, который преподносится в качестве чего-то неизбежного, Дженкинс напрочь выбрасывает социальные движения, что постоянно реагируют на появляющиеся формы несправедливости (Samuels, 2010, p. 29). Анализируя тезисы Дженкинса, Сэмюэлс констатирует, что новые медиа лишь отчасти способствуют взаимодействию людей. Куда больше они питают антисоциальный индивидуализм. В подтверждение этого он предлагает различать реальные общественные объединения



постмодерна и автомодернистскую организацию субъектов в виртуальном пространстве. У интернет-сообществ зачастую не хватает потенциала для организации крепких социальных связей, способных на продуктивную общественную деятельность. В силу постоянно меняющегося состава участников и их поверхностных отношений друг с другом сообщества Дженкинса остаются очень нестабильным видом субъектности. Одновременно с этим Сэмюэлс считает, что доминирование новых медиа несколько преувеличено. Вопреки их растущему влиянию им не удалось вытеснить прежние медийные форматы. На основе последних как раз и создаётся большая часть цифрового контента. Поэтому не стоит переоценивать самостоятельность людей в этой части.

Выделяя комплекс проблем, составляющий стержень автомодернизма, Сэмюэлс выдвигает и несколько решений, которые, как ему кажется, позволят преодолеть их. Прежде всего справиться с нынешней ситуацией должно помочь критическое осмысление того, как культура и технологии воздействуют на систему социальных отношений. Что касается технологий, то несмотря на свой тревожный тон теоретик призывает не к радикальному отказу от них, а к поиску продуктивных форм их применения. Политическое же средство против атомизации и антагонизма различных общественных групп он находит в концепции коалиций политического теоретика Эрнесто Лаклау. Их появление становится возможным, когда политическому лидеру удастся артикулировать ценность, способную заинтересовать каждое из враждебно настроенных друг к другу сообществ, но оставить её без конкретного содержания. Это пустое означающее позволяет «гомогенизировать» неоднородные требования людей, приводя последних в принципиально новую форму общности. Поскольку полная социальная справедливость и равенство едва ли достижимы, социальное единство тоже вряд ли будет когда-либо достигнуто. Но, по убеждению Лаклау, эта невозможность парадоксальным образом подпитывает запрос на всё большую социальную справедливость (Laclau, 2006, p. 651).

5. УЯЗВИМОСТИ АВТОМОДЕРНА И ПОПЫТКА ИХ УСТРАНЕНИЯ

Несмотря на то, что Сэмюэлс сформулировал логически связанный проект, адекватный нынешней социальной проблематике, ему не удалось избежать нескольких изъянов. Что бесспорно является сильной стороной автомодернизма, так это предложенная



интерпретация философии истории. Тогда как главная слабость – отсутствие экономической компоненты в анализе, особенно его цифрового среза. Но даже если мы закроем глаза на это упущение, мы увидим недостаточную проработку Сэмюэлсом дихотомии реального и виртуального. Автор говорит об их столкновении в целом, избегая распознавания в каждом конкретном случае. Даже фиксация и преодоление действующего политического кризиса во многом ограничиваются у него физическим пространством. Социальные медиа Сэмюэлс воспринимает лишь как место внешней репрезентации пользователей и консолидации генерируемого ими контента, упуская раскрытие более сложных аспектов этого явления. Справедливо будет заметить, что малый срок наблюдения и незнание траекторий развития социальной части интернета не позволили теоретику основательно детализировать свою концепцию. Но этот недостаток может быть компенсирован обращением к сторонней литературе, поскольку сам Сэмюэлс отказался от дальнейшей шлифовки автомодерна и стал уделять внимание теме высшего образования наряду с другими проблемами социальной теории (Samuels, 2013).

Достроить идейный каркас Сэмюэлса можно попытаться с помощью «Критической теории интернета» голландского теоретика медиа Герта Ловинка (Ловинк, 2019). Учёный отталкивается от того, что после вступительной фазы интернета для немногих (продлившейся до 1994 года), бума доткомов (до 2001 года) и их возрождения в облики веб 2.0 (в 2003 году), когда сеть начала трансформироваться в средство массовой коммуникации, мы пришли к четвёртой стадии её освоения. На ней интернет должен просочиться во все щели повседневности и интегрироваться с большинством других технических устройств. Сеть может стать чем-то несоизмеримо большим, чем просто местом выгрузки контента и представления себя другим. Ей под силу перевернуть саму природу социального, мало чего оставив от той её формы, какую мы знали прежде. Потому сужение рефлексии о технологиях до одного только интернета кажется в определённой степени легитимным. Ловинк, однако, не предлагает способа осмысления социальных медиа, но делает мощный «проброс» для ориентации на этой теоретической плоскости.

Если мы соглашаемся с опорным тезисом Ловинка, то, прежде всего, нам необходимо освежить понятие социального. Сэмюэлс определяет его как место столкновения частного и общего, в котором структуры интернета играют второстепенную роль. Ловинк, в свою очередь, считает разрушительный потенциал этого конфликта уже



реализованным. Социальное для него, после утраты всех метафизических ценностей, оказывается лишь

«останками разрушенного неолиберализмом “общества”, расхлябанным набором “слабых связей”. Оно становится чем-то техническим, сквозным и условно открытым, “пространством между тобой, мной и нашими друзьями”» (Ловинк, 2019, с. 26-27).

Его больше нельзя локализовать только в реальном или виртуальном пространстве, оно – повсюду. Сегодняшнее социальное заявляет о себе в сетевой форме и действует за пределами парадигмы, свойственной институтам прошлого века. Политика и бизнес всё больше низводят его до фактов об обществе – к результатам анализа сетей, проведённого с помощью технологий big data и количественно-поведенческих методов. В этих условиях синтез нового социального с формальными структурами власти невозможен: возможно лишь слежение последних за тем, что продолжает отдалённо напоминать коллективность. Этот фантом общества всё ещё используется в качестве тонального крема, замазывающего следы разбитого благосостояния людей. Но он уже не принимается нынешними расщеплёнными массами, которые только и могут, что объединяться во временные союзы. Это делает ситуацию потенциально взрывоопасной. Поскольку природа социального всегда была тревожной, оно, убеждён Ловинк, будет и дальше возвращаться в виде бунта с пугающей повесткой:

«неопределённой, популистской, исламистской, продвигаемой бесполезными мемами» (Ловинк, 2019, с. 38).

Что при таких обстоятельствах происходит с субъектом? Ловинк тоже пытается ухватить его существо через разбор практики внешней репрезентации, а конкретнее – селфи. Появление этого феномена он связывает с дизайном используемых нами социальных сервисов. Платформы, в отличие от уходящей культуры ведения личных дневников, предлагают нам поделиться с другими тем, что мы делаем, а не тем, о чём мы думаем. Сегодня, полагает учёный, наше Я слишком занято для выплёскивания мыслей, поскольку всегда находится в движении, пытается быть открытым для других и источать экспрессию (Ловинк, 2019, с. 54). К этому моменту, согласно наблюдениям исследователя, в теоретическом пространстве



сложились две траектории рассуждения о селфи. Сторонники первой считают всех фотографирующих самих себя самовлюблёнными людьми, которым постоянно нужна поддержка их реер-группы. Тогда как их оппоненты называют селфи защитным импульсом против надвигающейся бедности, грозящей сделать самость каждого из нас недоступной роскошью. В отечественной научной периодике также можно найти ряд способов концептуализации селфи. Один из них утверждает, что селфи стали языком, с помощью которого определённые группы общества описывают самих себя. В зависимости от идеологических приоритетов автора селфи могут объявляться фактором демократизации медиа или инструментом коммодификации интернет-пользователей (Мартынов, 2014). Другая же концептуализация повествует о том, что, будучи наиболее действенным инструментом универсализации, селфи соединяет в себе как реакционный, так и революционный потенциал (Регев, 2014).

Сам Ловинк предлагает нам присмотреться ко второй позиции, разделяемой политологом Джоди Дин и политическим экономистом Алехом Фоти. Дин считает селфи массовым способом подтверждения своего присутствия, который помещает каждого индивида в сеть социальных отношений. Они не служат доказательству электронного одиночества, а, скорее, являются конечным продуктом демократизации медиа и символизируют наш нигилистический век перепроизводства товаров (Dean, 2016). Фоти же увязывает селфи с нарастающей прекаризацией и чувством экзистенциальной неуверенности. Они становятся инструментом самопродвижения, поскольку рынки труда постоянно требуют от людей демонстрации своего образа жизни, чтобы одарить некоторых счастливиц временной работой (Ловинк, 2019, с. 187). Два этих тезиса могли бы гармонично вписаться в портрет автомодернистского субъекта, который выглядит несколько однобоко в исполнении Сэмюэlsa. Тем более что и Ловинк настаивает на нашей неспособности мыслить современного индивида полностью автономным. Авторы селфи не могут производить их вне экономики лайка, многомиллиардного рынка рекламы и разноуровневой слежки за личной информацией. Уязвимость и проницаемость – две черты настоящего, одинаково применимые к каждому из нас.

К описанию политической ситуации автомодерна следовало бы добавить тезис Ловинка о возвращении идеологии. Он отмечает её возрождение на фоне сложившейся архитектуры социальных медиа, характеризуя её как централизованную и иерархическую. Однако наполнение этого термина уже далеко от «идеологического



государственного аппарата» Луи Альтюссера (Альтюссер, 2011). В эру позднего неолиберализма и цветения правых настроений идеология ассоциируется с рынком, а не с государством, которое лишь обеспечивает сохранность первого (Ловинк, 2019, с. 51). Парадоксально то, что мы всё хуже понимаем принципы её действия. Люди, по признанию учёного, находятся в состоянии «просвещённого ложного сознания». Они знают о пагубности своей привычки тратить уйму времени на социальные медиа, но едва ли могут с ней совладать. Несмотря на это, Ловинк предлагает не искать причину этого недуга в повальной зависимости от интернета, а обнаружить её в постоянном стремлении приобщиться к социальному. Для подкрепления своего утверждения он ссылается на одно из эссе теоретика медиа Венди Чан (Chun, 2005), в котором она констатировала, что феномен программного обеспечения соответствует любым формальным определениям идеологии. Это так, потому что софт выстраивает наши воображаемые отношения с компьютерами, являясь репрезентантом большого числа транзисторов. Социальные платформы действуют по такой же логике. Они стали инфраструктурой, а не симулякротом социального. Нас влечёт не интернет, очищенный от любого содержания, и не скудный интерфейс приложений, а непрекращающийся поток социального. Рассматривать же социальные медиа как идеологию значит отслеживать свалку означающих, собираемую из продуктов медиа, культуры и пространства публичной политики. В этом смысловом вихре смешивается всё: проблемы гендера, лайфстайл, мода, бренды, знаменитости, материалы СМИ, после чего всё приправляется ценностями венчурного капитала и стартап-культуры, культивирующими различные формы социального неравенства. До определённой поры его никто не регулировал, всё было отдано на откуп алгоритмам. Лишь недавно участвовавшие факты дискриминации вместе с политическим давлением вынудили социальные платформы набрать штат редакторов. Однако это никак не сказалось на их инфраструктурном статусе (Ловинк, 2019, с. 55-58).

6. ОРГНЕТЫ ВМЕСТО МАССОВЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ДВИЖЕНИЙ АВТОМОДЕРНА

Вероятно, основательной ревизии требует и политическая стратегия Сэмюэlsa. Продвигая идею коалиций Эрнесто Лаклау, он игнорирует вполне устоявшуюся форму сетевого активизма. Не умаляя важности рассматриваемого Сэмюэлсом вопроса о социальной справедливости, нам всё же следует помнить, что мы живём в эпоху



Wikileaks, Anonymous, Эдварда Сноудена и реактивно мобилизующихся масс. Это не позволяет нам игнорировать проблему коммуникации, которую больше не в силах решить «тактики борьбы в гетто физического мира». В связи с этим Ловинк считает необходимым создать практики коллективной координации, способные придать деятельную и устойчивую форму самоорганизующимся политическим единицам. Теоретик настаивает, что они должны быть цифровыми, поскольку громоздкие Facebook и Twitter не позволяют оценить реальное влияние частных разговоров на существо политического события (Ловинк, 2019, с. 254). Это отчётливо демонстрируют «движения площадей» последнего времени – от Тахрира и Таксима до Евромайдана и Гонконга – буквально воплощающие собой грёзы 1990-х годов о слиянии городского и кибер-пространств. Их примечательность в том, что они движимы не ироническими мотивами, а именно что неудовлетворённостью текущим положением дел. Потому вопрос о вовлечении Ловинк считает исчерпанным. Это отчётливо показал Евромайдан в Киеве, когда ряд несовместимых друг с другом политических сообществ решил действовать сообща. Загвоздка, впрочем, состояла в их «скоропортящейся» солидарности. Эти группы не смогли выстроить общую идеологическую канву и после первых внушительных результатов их совместная активность сошла на нет.

По мнению Ловинка, хрупкость и непредсказуемость стали характерными признаками любого протеста, даже если это Оккупай с его универсальным посылом, касающимся 99% людей. Большая часть движений рассыпается из-за растраты энергии на внутреннюю прямую демократию, которая в определённый момент начинает превалировать над стратегической эффективностью. Нередко происходит и так, что массовые движения отдают предпочтение узкой политике локализма, якобы противостоящей абстрактному насилию глобального капитала. Здесь Ловинк мог бы перебить Сэмюэлса и указать на несостоятельность его критики политической тотализации, с которой тот обрушился на Джеймсона и Жижека (Samuels, 2010, p. 51-85). Локализм, по словам Ловинка, остаётся продуктом либерализма, искажающим ориентиры киберполитики. Последней важно политизировать безработную молодёжь со всего мира, поскольку молодым людям совершенно точно не светит кусок громадной прибыли Google и Facebook, якобы принадлежащих каждому из нас.

Итак, современные способы политической организации должны быть сетевыми. Задача состоит в том, чтобы эти формы не были



связаны с отдельными политическими событиями, а функционировали в фоновом режиме и соединяли различные политические события между собой. Это важно, потому как протесты часто вырождаются в бунтарские фестивали без последствий, где столкновения с полицией воспринимаются в качестве экстремального вида спорта (Ловинк, 2019, с. 264-265). Речь также не идёт о масштабировании селебрити-модели организации в духе Джулиана Ассанжа с его Wikileaks. По Ловинку, именно это привело к стагнации проекта и поставило крест на его планах развернуть работу во многих странах мира. Более удачной была модель с ротацией модераторов в медиа проектах Empire, Slashdot и Hacker News. Но художники и активисты по каким-то причинам не взяли их на вооружение. Новым сетевым общностям необходимо думать о конкретных задачах и действиях на долгосрочную перспективу, выстраивая инфраструктуру соответствующим образом.

Ловинк, указывая на плачевное состояние коалиций меньшинств и засилье слабых сетевых связей, предлагает налаживать коммуникацию с промежуточного этапа. На нём должна быть выстроена метаструктура в виде общающихся друг с другом «оргнетов». Их существо теоретик описывает следующим образом: «Оргнет — это возможный ответ корпоративным стратегиям интернет-гигантов, которые эксплуатируют наши слабые связи (“друзья друзей моих друзей”) ради увеличения охвата аудитории и пожирания все большего количества данных. Вместо того чтобы представлять социальность в виде расширяющейся вселенной возможных клиентов и союзников, оргнет подчеркивает важность сильных связей и необходимость реальных дел. И если корпоративные социальные сети продвигают стратегию вечного гиперроста на основе шеринга и апдейтов, то оргнет ставят во главу угла дальнейшее развитие коллаборативных платформ» (Ловинк, 2019, с. 268). В самом начале их деятельный потенциал должен быть направлен на структурирование потоков данных. Это поможет одержать победу над доминирующими социальными платформами в борьбе за право определять планетарную архитектуру сети. Интернет-ресурсы, базы данных и интерфейсы всегда были очень зависимы от абстрактных концептов. Поэтому роль писателей-фантастов, философов, литературных критиков и художников должна неизбежно возрасти. Именно из них должны состоять первые образования оргнетов – немногочисленных по своей сути, поскольку эффективные решения чаще всего принимают именно небольшие коллективы единомышленников. Их усилиями как раз и могут быть созданы



решения для прочих групп активистов, которые пока что беззаботно используют «коммерческие и политически скомпрометированные платформы типа Facebook, Twitter и Google. «Сегодня не хватает небольших, ориентированных на конкретную задачу приложений для принятия решений, которые выглядят как чаты, а не как комплексные форумы для использования на персональных компьютерах», - подчёркивает теоретик медиа (Ловинк, 2019, с. 270). На первых порах учёный предлагает не задумываться о скоротечной жизни оргнетов, а создавать их как можно больше, чтобы совершенствовать концепцию в целом.

7. НЕСКОЛЬКО НАБЛЮДЕНИЙ О ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Но главное преимущество работы Ловинка состоит в схематизации экономики интернета, сделанной им в 2015 году. Основание для своего критического комментария он находит в устоявшихся бизнес-моделях со «свободным» (free) или «открытым» (open) распространением цифровой продукции. По словам учёного, в конце 1980-х концепт «свободного» уверенно занял доминирующую позицию. Оказавшись эффективным в ряде проектов, к примеру, в Википедии, он, тем не менее, полагался на работу волонтеров и не мог поддерживать креативный труд. Тогда как модели с «открытым» кодом, вроде операционной системы Ubuntu, были сфокусированы на превращении добровольного вклада пользователей в новые товары. Внутри таких инициатив выручка также очень редко распределялась между пользователями контента. Оба способа организации бизнеса утвердились с возникновением интернета. Рынок последнего, наряду с рынками ПК и мультимедиа, расширялся так быстро, что не успевал задуматься о контенте и формах его продажи. По этой причине на них сложилась тенденция платы за оборудование, софт, работу IT-специалистов и даже за доступ к контенту, но не за сам контент. Из-за этого стоимость цифровой информации и предметов культуры никогда не оказывались предметом серьёзных экономических дискуссий (Ловинк, 2019, с. 105-107). Движение за свободное программное обеспечение, равно как и сторонники софта с открытым кодом, проигнорировали тот факт, что миллионы производителей контента все больше и больше зарабатывают с помощью программного обеспечения и IT-архитектур. Парадокс в том, что риторика неолиберализма, при всем своем эксплуататорском



содержании, превозносит необеспеченный фриланс работников культуры до торжества созидательной свободы индивида.

В каком контексте эти модели существуют сегодня? Когда веб 2.0 консолидировался в «социальные медиа», случился триумф логики «победитель получает всё», которую при поддержке венчурного капитала насадили доткомы 1990-х. Интернет-экономика оказалась не свободным рынком, а идеальной гаванью для монополий с либертарианскими картелями. Их почти не затронул кризис 2008 года – его последствия нивелировали новые пользователи из Азии и Африки, а также повальное распространение мобильных устройств. Ко всему прочему, интернет-экономика, изначально укоренённая в IT и индустрии медиа, начала встраиваться во все другие секторы экономики: от розничных продаж до сервисов здравоохранения. Сегодня мы наблюдаем жесточайшую конкуренцию платформ, каждая из которых пытается украсть долю рынка другой, чтобы создать собственный внутренний рынок. Идеал каждой платформы – поймать массу пользователей на эмоциональный крючок, убедив их в том, что им больше некуда пойти со своими потребностями в социальных медиа. Бизнес на подписке и других моделях они считают лишь замедляющим гиперрост. Стартапы в таких условиях не могут вырасти без венчурного капитала, способно разрушить конкурентов и кооперацию основателей какого-либо бизнеса. Проблема платформ состоит в том, что не понятно, как неоплачиваемый и краудсорсинговый контент соотносится с выручкой посредников и агрегаторов, таких как Apple, Google или Spotify. Если искусства и гуманитарные науки видят свою ключевую задачу в формировании сетевых сообществ, то они обязаны также начать конструировать бизнес-модели. Иначе они исчезнут. Задача здесь состоит в том, чтобы построить бизнес-модели, основанные на peer-to-peer коммуникации. Они должны стоять на службе у культуры, которая борется против эксплуатации за более эгалитарные способы распределения благ (Ловинк, 2019, с. 114-117).

8. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Взяв на вооружение некоторые тезисы Ловинка, мы можем дополнить и сгладить некоторую однобокость автомодернизма Сэмюэlsa. Голландский учёный расширяет пространство для критики социальных медиа, показывая предельную недостаточность узкого набора онлайн платформ, которые мы используем сегодня для всего разнообразия наших культурных, политических и экономических



практик. Резонным, однако, остаётся вопрос о том, насколько оправдано сужать рефлексии о технологиях до одной только сети с её социальными сервисами. Понятно, что действующие интернет-гиганты доминируют и во многих других сегментах технологического рынка. Но, возможно, так мы упускаем из виду другие, не менее важные его пласты. Например, базовую инфраструктуру сети, без которой велик риск утратить даже остаточное чувство социального, стоит только разгореться какому-нибудь глобальному политическому кризису. В связи с этим проблемной может оказаться и исключительная ставка Ловинка на кибер-активизм. Как бы то ни было, рассматриваемые языки описания – автомодернизм Сэмюэlsa и критическая теория интернета Ловинка – выглядят вполне комплиментарными. Синтезировать их стоит хотя бы для того, чтобы оценить адекватность предлагаемых ими теоретических и политических программ.

Список литературы

- Альтюссер, Л. (2011). Идеология и идеологические аппараты государства (заметки для исследования). *Неприкосновенный запас*, (3). Retrieved from <https://magazines.gorky.media/nz/2011/3/ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva.html>
- Джеймисон, Ф. (2019). *Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма*. М.: Изд-во Института Гайдара.
- Ловинк, Г. (2019). *Критическая теория интернета*. М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж».
- Мартынов, К. К. (2014). Селфи: между демократизацией медиа и self-коммодификацией. *Философско-литературный журнал Логос*, (4), 73-86.
- Павлов, А. В. (2018). Параллаксы «лисы»: к определению предмета и границ социальной философии. *Социологическое обозрение*, 17(3), 149-172.
- Регев, Й. (2014). Критика фильтрующего разума. На месте одного селфи всегда находятся два. *Философско-литературный журнал Логос*, (4), 87-94.
- Сафронов, Э. Е. (2019). Что будет вместо постмодерна? Диджимодернизм как культурная доминанта. *Галактика медиа: журнал медиа исследований*, (1), 178-195. <https://doi.org/10.24411/2658-7734-2019-00010>
- Chun, W. (2005). On Software, or the Persistence of Visual Knowledge. *Grey Room*, (18), 26-51.



- Dean, J. (2016). Images without Viewers: Selfie Communism. *Still Searching...* Retrieved from https://www.fotomuseum.ch/en/explore/stillsearching/articles/26420_images_without_viewers_selfie_communism
- Frasca, G. (2003). Sim Sin City: Some Thoughts about Grand Theft Auto 3. *Game Studies*, 3(2). Retrieved from <http://www.gamestudies.org/0302/frasca/>
- Hutcheon, L. (2002). *The Politics of Postmodernism. 2nd edition*. London and New York: Routledge.
- Hutcheon, L. (2007). Gone Forever, But Here to Stay: The Legacy of the Postmodern. In *Postmodernism: What Moment?* Manchester: Manchester University Press.
- Jenkins, F. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Laclau, E. (2006). Why Constructing a 'People' is the Main Task of Radical Politics. *Critical Inquiry*, 32(4), 646-680.
- Rudrum, D. & Stavris, N. (2015). *Supplanting the Postmodern. An Anthology of Writings on the Arts and Culture of the Early 21st Century*. New York: Bloomsbury Academic.
- Samuels, R. (2007). Auto modernity after post-modernism: Autonomy and Automation. In *Culture, Technology, and Education. Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. M: The MIT Press,.
- Samuels, R. (2010). *New media, cultural studies and critical theory after postmodernism. Automodernity from Zizek to Laclau*. New York: Palgrave Macmillan.
- Samuels, R. (2013). *Why Public Higher Education Should Be Free*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Touraine, A. (2007). *A New Paradigm for Understanding Today's World*. Cambridge: Polity.
- Zizek, S. (2008). The Prospects of Radical Politics Today. *International Journal of Baudrillard Studies*, 205(201).

References

- Althusser, L. (2011). *The ideology and ideological apparatus of the state (notes for research)*. *The untouchable reserve*, (3). Retrieved from <https://magazines.gorky.media/nz/2011/3/ideologiya-i-ideologicheskie-apparaty-gosudarstva.html>
- Jamison, F. (2019). *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. M.: Publishing house of the Gaidar Institute.



- Lovink, G. (2019). *Critical Internet Theory*. M.: Ad Margin Press, Garage Museum of Modern Art.
- Martynov, K. K. (2014). Selfies: between media democratization and self-commodification. *Philosophical and Literary Journal Logos*, (4), 73-86.
- Pavlov, A. V. (2018). Parallaxes of the "Fox": to the definition of the subject and boundaries of social philosophy. *Sociological Review*, 17 (3), 149-172.
- Regev, J. (2014). Criticism of the filtering mind. In place of one selfie, there are always two. *Philosophical and literary journal Logos*, (4), 87-94.
- Safronov, E. E. (2019). What Will Happen instead of Postmodern? Digimodernism as a Cultural Dominant. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, (1), 178-195. <https://doi.org/10.24411/2658-7734-2019-00010>
- Chun, W. (2005). On Software, or the Persistence of Visual Knowledge. *Grey Room*, (18), 26-51.
- Dean, J. (2016). Images without Viewers: Selfie Communism. *Still Searching...* Retrieved from https://www.fotomuseum.ch/en/explore/stillsearching/articles/26420_images_without_viewers_selfie_communism
- Frasca, G. (2003). Sim Sin City: Some Thoughts about Grand Theft Auto 3. *Game Studies*, 3(2). Retrieved from <http://www.gamestudies.org/0302/frasca/>
- Hutcheon, L. (2002). *The Politics of Postmodernism. 2nd edition*. London and New York: Routledge.
- Hutcheon, L. (2007). Gone Forever, But Here to Stay: The Legacy of the Postmodern. In *Postmodernism: What Moment?* Manchester: Manchester University Press.
- Jenkins, F. (2006). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Laclau, E. (2006). Why Constructing a 'People' is the Main Task of Radical Politics. *Critical Inquiry*, 32(4), 646-680.
- Rudrum, D. & Stavris, N. (2015). *Supplanting the Postmodern. An Anthology of Writings on the Arts and Culture of the Early 21st Century*. New York: Bloomsbury Academic.
- Samuels, R. (2007). Auto modernity after post-modernism: Autonomy and Automation. In *Culture, Technology, and Education. Digital Youth, Innovation, and the Unexpected*. M: The MIT Press.,



- Samuels, R. (2010). *New media, cultural studies and critical theory after postmodernism. Automodernity from Zizek to Laclau*. New York: Palgrave Macmillan.
- Samuels, R. (2013). *Why Public Higher Education Should Be Free*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Touraine, A. (2007). *A New Paradigm for Understanding Today's World*. Cambridge: Polity.
- Zizek, S. (2008). The Prospects of Radical Politics Today. *International Journal of Baudrillard Studies*, 205(201).

Critics & Reviews

Критика и рецензии



НАВИГАЦИЯ ПО АКСЕЛЕРАЦИОНИЗМУ: ОТ НЕКАПИТАЛИЗМА К ПОСТКАПИТАЛИЗМУ ЧЕРЕЗ ПЛАТФОРМЫ

Морозов Артем Владимирович (а)

(а) Институт философии РАН. 109240, ул. Гончарная, д. 12, стр.1, Москва, Российская Федерация.
E-mail: cmpelok@gmail.com

Аннотация

Рецензия на книгу: Срничек, Н. (2019). *Капитализм платформ*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.

Ключевые слова

Акселерационизм, марксизм, нефилософия, некапитализм, посткапитализм, утопия, теоретические фикции, цифровая экономика, данные, платформы



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



NAVIGATING ACCELERATIONISM: FROM NON-CAPITALISM TO POSTCAPITALISM VIA PLATFORMS

Artem Vladimirovich Morozov (a)

(a) Institute of Philosophy Russian Academy of Science. 12 Goncharnaya str., 1, Moscow, Russia, 109240. E-mail: cmpelok@gmail.com

Abstract

Book Review: Srnicek, N. (2019). *Platform Capitalism*. Moscow: HSE Publishing House.

Keywords

Accelerationism, Marxism, non-Marxism, non-philosophy, non-capitalism, postcapitalism, utopia, theory-fiction, digital economy, data, platforms



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Вышедшая на русском языке работа политического теоретика и левого философа Ника Срничека «Капитализм платформ» уже успела стать предметом нескольких рецензий и критических обзоров. Некоторые авторы сосредотачиваются непосредственно на содержании книги (Иваницкая, 2019, 7 марта; Хумарян, 2019), в то время как другие затрагивают генеалогию идей Срничека, возводя ее к деятельности «Группы исследований киберкультуры» (ГИКК, *CCRU*) и идеям Фредрика Джеймисона, будь то в отрицательном или положительном ключе (Павлов, 2019; Сафронов, 2019). В настоящей рецензии, подобно второй группе авторов, я обращусь к рассмотрению концептуальных источников взглядов Срничека с тем, чтобы поместить «Капитализм платформ» в более широкий теоретический контекст. Вместе с тем, на мой взгляд, главным источником акселерационизма Срничека выступила нефилософия Франсуа Ларюэля. Именно нефилософская оптика позволила Срничеку переосмыслить позиции Жюлья Делёза и Феликса Гваттари, Майкла Хардта и Антонио Негри, Фредрика Джеймисона, Ника Ланда и ГИКК. Благодаря нефилософии Срничек смог представить свою критику экономической структуры (или «Решения», если воспользоваться термином Ларюэля), лежащей в основе капитализма на текущей стадии его развития, в «Капитализме платформ».

В 1970-х годах, когда он только начинал публиковаться, Ларюэль был одним из первых внимательных читателей и почитателей Делёза и Деррида; но уже в 1980-х он стал планомерно подвергать критике философии различия (Laruelle, 2010), с которыми фактически отождествил весь постмодернизм (Laruelle, 2016, p. xi, 9–10), и отдавать предпочтение тождеству и Единому в противовес различию и множественности. Даже больше того — его скепсис обрушился на философию как таковую: не будучи провозвестником «конца» или «смерти» философии (потому что это постмодернистская тема), Ларюэль стремился умерить пыл философии, ее авторитарные претензии, поставить ее в рамки и что-то с философией сделать, а не отменить ее. Отрицательная приставка в «нефилософии» Ларюэля отсылает вовсе не к деструкции или же деконструкции, а к генерализации: Ларюэль будто бы реверсирует «философию „не“» Гастона Башляра и начинает применять его фирменное «не-» (не только неевклидова геометрия, но еще и неаристотелева логика, нелавуазиянская химия, некартезианская эпистемология и т. д., и т. п.) за пределами философии науки, производя неэпистемологию, основанную на немандельбротовской — или «обобщенной» — фрактальности (Laruelle, 2016), немарксизм (Laruelle, 2015) и прочие



дисциплины из их прототипов посредством их дефилозофизации (Ларюэль, 2013, стр. 20), которую он также называет, прибегая к сравнению из экономики, «антиростом» (*décroissance*) философии (Laruelle, 2012b).

Будучи генерализацией философии, нефилософия представляет собой «науку о философии», которая, тем не менее, не совпадает с метафилософией: рефлексивность всегда уже вписана в структуру любой философии, и именно она выступает мишенью Ларюэля. В отличие от Альтюссера, который также мечтал о «нефилософской теории философии» (Альтюссер, 2005, стр. 14) и стремился избавить ученых (то есть «нефилософов») от стихийной философии, Ларюэль критикует стихийную философию философов, заражающую всех остальных. Задача уже не в том, чтобы привести ученых (и прочих «нефилософов») от ученого незнания подлинной философии к ученому ее знанию, которое бы даровало истинную репрезентацию объектов науки и мысли, а в том, чтобы начать смотреть на мир и философию (всегда уже спаянную с миром и модусами явленности мира) *исходя* из неученого, нерефлексивного знания, смещая упор с представления объекта на прослеживание практик, диктуемых Реальным, которое, определяя мысль, остается ей недоступным.

К трудам Ларюэля Срничек обратился еще до написания совместного с Алексом Уильямсом «Манифеста акселерационистской политики» (Уильямс, Шрничек, 2018). Собственно, в своих первых философских статьях, не раз подвергавшимся переработке (Srnicek, 2009, 2011a; ср.: Srnicek, 2010, 2011b), Срничек пытается разъяснить непривычные, выглядящие довольно эзотерическими принципы нефилософии. Особенное внимание он уделяет понятиям материи (Реального), философского Решения, детерминации в последней инстанции, которая заимствуется из альтюссеровского прочтения Энгельса, и, наконец, силы(-)мысли (фр. *force (de) pensée*, образовано по аналогии с *force de travail* — «рабочей силой» в переводах Маркса и Энгельса на французский). Срничек, разумеется, производит экспликацию нефилософских понятий не просто так. По его мнению, нефилософия может оказаться крайне полезной в контексте критики капитализма, с идеологией которого совпадает философия в смысле Ларюэля: капитализм как идеология и есть не что иное, как господствующий ныне модус явленности мира. «Легко увидеть, что „философское“ Решение ровно в той же мере Решение „политическое“, будучи „экономическим“» (Srnicek, 2011a, p. 175). Речь, таким образом, идет о построении своего рода «некапитализма» (Srnicek, 2011a, p. 177).



Что же не так с философией, по мнению Ларюэля? Дело состоит не в содержании акта философского высказывания, а в самой его форме: философия может быть сколь угодно материалистической согласно ее букве, но в своей структуре — в Решении — она неминуемо вовлекает материю в двусторонние и взаимобратимые отношения с идеальным. И такую структуру, которая во многом сходна с трансцендентальной дедукцией Канта, Ларюэль обнаруживает повсеместно в Европе и англосаксонском мире — как до Канта, так и после него, как в континентальной философии, так и в аналитической. Если упростить его анализ, Решение состоит из эмпирического *datum*, или обусловленного, априорного *faktum*, или условий, и их синтетического единства, положенного как данное (Srnicek, 2011a, p. 166). Именно на основании подобного Решения, к которому она сама остается слепа, причем в силу избытка рефлексии, а вовсе не нехватки, философия утверждает собственную самодостаточность: весь мир оказывается «философизируемым». Даже если только в принципе, если только отрицательно и т. д., как это происходит в постмодернистских философиях, вращающихся вокруг Другого, инаковости и их невыразимости.

Возникает естественный вопрос: чем ларюэлевское Реальное, которое у него также именуется Единым, отличается от невыразимого «Иного, чем бытие» (Левинас), коль скоро это Единое оказывается недоступным мысли, «отлученным» от нее? Дело заключается в том, что

«нефилософское Единое, в отличие от неоплатонического, отнюдь не невыразимо: скорее, оно бесконечно выразимо» (Srnicek, 2011b, p. 6).

И бесконечная выразимость как раз отражается в детерминации, идущей от материи в «сторону» (которая является единственной — это улица с «унилатеральным» движением) мышления, философии. Это мысль отличается и потому отлучается от Реального, само же Реальное, напротив, себя от нее не отличает: оно буквально остается безразличным. Вот почему нефилософия делает ставку на тождество, а вовсе не на синтез, и в имени «Единое» подразумевается как раз тождественность, а не единственность, коль скоро (количественные) различия относятся к области философии. Существующее множество философий находится отнюдь не в отношении противоположности, соперничества, несовместимости или исключения. Ситуация может выглядеть таким образом с их стороны, но не для материи, к которой



они прибавляются на протяжении истории и символизацию и именование которой они производят в своих понятиях.

В такой односторонней дуальности и состоит, по Ларюэлю, детерминация в последней инстанции. Луи Альтюссер обратился к этому понятию Энгельса для того, чтобы описать взаимоотношения базиса и надстройки: надстройка обладает некоторой долей автономии (и потому она полагает себя самодостаточной), но «в конечном счете» степень ее воздействия и влияния на все происходящее в рамках общественных формаций определяет экономический базис. Ларюэль в целом перенимает подобного рода модель (не)отношений, но выводит ее за пределы экономической области, ведь если в качестве базиса выступает радикально имманентное Реальное, то базис уже никак не может исчерпываться предикатом «экономический». Тем не менее, двусмысленность термина играет некоторую роль в мысли самого Ларюэля (ср. «антирост», а также сходство отношения ограниченной философии и обобщения нефилософии с экономической моделью Жоржа Батая, к которой отсылает заглавие докторской диссертации Ларюэля: «Общая экономика бытийных следствий» (Laruelle, 1975)) и, как мы увидим далее, Срничека.

Но что «в конечном счете» делает нефилософия? Или, иными словами, как выстраивается некапитализм? Нефилософ опирается на детерминацию в последней инстанции Решения материей, которая сама детерминирована-без-детерминации, на детерминацию, о которой философия не знает, с тем, чтобы Решение «клонировать» и использовать в качестве материала для обобщения, формирующего своеобразное «непространство» (Srnicek, 2011a, p. 172), исходя из которого претензии философско-капиталистической идеологии на достаточность подвешиваются нами таким образом, что идеология оказывается преобразена: теперь она функционирует так, как если бы никак не отделялась от Реального. Происходит это за счет вмешательства в диаду, конститутивную для Решения — «реальный» термин в ней отделяется от его отношений с «идеальным» термином и отождествляется с Единым, пускай только «в конечном счете». Так, «виртуальное» Делёза или «множество» Хардта–Негри изолируется от отношений с «актуальным» или капиталистическим «социусом» (Srnicek, 2011a, p. 168–169, 177). В этом и заключается труд силы(-)мысли — вот ее определение:



«Орган или средство, благодаря которому Единое может действовать или обладать причинностью, не отчуждаясь в материале своего действия. Инстанция не реальная, как Единое, но выведенная путем клонирования» (Ларюэль, 2013, стр. 28).

Таков некапиталистический субъект, но субъект, который полностью отстранен (потому Ларюэль также называет силу(-)мысли «субъектом-суть-Посторонним») от каких бы то ни было внешних определений, будь то классовых, культурных или этнических: перед нами чистая трансцендентальная функция, совпадающая с тем, что она исполняет (Srnicek, 2011a, p. 171).

Остается последний вопрос — да, мы видим, откуда исходит субъект революции (из «непространства» сопротивления), но куда он направляется, каков пункт его назначения? Нефилософия в описании Срничека не дает нам ответа; по его словам, будучи радикальным реализмом, нефилософия не может предписывать конкретную этику и политику, которые всегда, так или иначе, предполагают децизионизм. Тем не менее, в намерения Срничека все же входит построение нового, расширенного Решения, иными словами, нового мира (Srnicek, 2011a, p. 179), который он позже назовет посткапитализмом (Шрничек, Уильямс, 2018, стр. 13–15; Srnicek, Williams, 2015).

Сопоставив ранние тексты Срничека с дальнейшим его творчеством, нетрудно заметить очевидные сходства между проектом некапитализма и политикой акселерационизма. Последняя состоит в таком использовании материальной инфраструктуры капитализма, которое бы высвободило сдерживаемый им же самим технический и экономический потенциал. Акселерация Срничека и Уильямса, по сути, функционирует как ларюэлевская генерализация. Капитализм не отрицается, а берется как материал для построения посткапитализма. Технологический прогресс рассматривается как «реальный» термин и затем изолируется от «идеальной» капиталистической телеологии, сдерживающей развитие производственных сил и ограничивающей область их применения узкими и неизобретательными задачами ради поддержания потребительского спроса. Рефлексивность капитализма, роднящая его с философией в смысле Ларюэля, состоит в постоянной интериоризации сотрясающих его кризисов. Платформы, в свою очередь, оказываются не чем иным, как «воплощением материального трансцендентального нашего общества» (Шрничек, Уильямс, 2018, стр. 15). Мы не видим в манифесте обозначения того, кто будет составлять «революционный класс», авторы ограничиваются самоназванием (кто по-настоящему сопротивляется — тот и



акселерационист), что также согласуется с влиянием нефилософии, использующей имена как символы трансцендентальных функций в рамках абстрактной аксиоматики.

Отметим, что жест генерализации воспроизводится Срничеком и Уильямсом в критике их непосредственного предшественника Ника Ланда, которого зачастую называют отцом акселерационизма: Ланд «путает скорость и ускорение» в стремлении «двигаться быстро, но только в четко очерченных капиталистических параметрах, которые сами при этом не изменяются», и потому он остается неолибералом, то есть правым (Шрничек, Уильямс, 2018, стр. 10). Иными словами, прибегая к ларюэлианской риторике, мы могли бы сказать, что проект Срничека и Уильямса представляет неландианский акселерационизм, опирающийся на обобщенное ускорение. Последнее, кроме прочего, осмысляется ими с помощью гиперверия — понятия ГИКК, которое обозначает вымысел, стремящийся претвориться в реальность (Бауэр, Томажин, Ланд, 2018, стр. 35; Шрничек, Гуреев, 2018, стр. 101–102). Фикции гиперверия служат эстетическим дополнением к когнитивной карте неолиберализма, выстраиваемой с помощью науки (Срничек, 2016; Шрничек, Уильямс, 2018, стр. 14–15), являются сопутствующей ей научной фантастикой, *science fiction*. Образцом гиперверий для Срничека и Уильямса выступают утопические повествования — и даже больше того:

«Утопии суть воплощения гиперверий прогресса» (Срничек, Уильямс, 2019, стр. 201–202).

В этом моменте вновь обнаруживается пересечение акселерационизма и/или посткапитализма Срничека с проектом Ларюэля, но на сей раз более поздним. Если его нефилософию можно назвать негативной программой, то продолжающая ее «фило-фикция» (*philo-fiction*) позитивна, хотя и не в смысле позитивности науки: речь идет об

«изготовлении и производстве утопий из философского или прочего материала» (Laruelle, 2012a, p. 12),

о некой «философской фантастике», которая исходит из недостаточности господствующей идеологии и самого Реального для того, чтобы наметить различные их расширения. За отсутствие подобной программы Срничек и подверг критике Ларюэля, вероятно, по причине незнакомства с поздними его работами.



Таким образом, антиутопизм постмодернизма компенсируется утопизмом «не-постмодернизма» Ларюэля и Срничека, опирающихся на теоретические фикции. Заметим, что на одном из форумов ГИКК Ланд, чье письмо не так уж и легко отличить от постмодернистского (Павлов, 2019, стр. 13), в ходе обсуждения гиперверия прибегает к сравнениям с нефилософией Ларюэля (Hyperstition, 2005, March 30). Кроме того, как и Ларюэль, который постоянно упирает на материальность мысли и на необходимость ее рассмотрения как практики (отсюда и риторика «материала»), Ланд утверждает:

«Гиперверие именно что вещь, а не концепт... смысл гиперверия состоит в эксперименте, который делает себя реальным, если он работает» (Бауэр, Томажин, Ланд, 2018, стр. 35).

Ниже мы увидим, что эта риторика, будучи транспонированной в иные области, подспудно присутствует и в теоретическом бэкграунде «Капитализма платформ» Срничека, играя в нем довольно значительную роль.

Если акселерационизм движется от некапитализма (утопии как непространства критики в ранних статьях Срничека и в «Манифесте») к посткапитализму (положительной утопии, которую только намечает предыдущая работа «Изобретая будущее» (Срничек, Уильямс, 2019)), то делает он это через анализ капиталистического Решения, начало которого было положено в «Капитализме платформ». Данный анализ ограничивается экономикой и сосредотачивается на капитале, а не на труде, также Срничек отказывается от рассмотрения платформ в политическом и культурном срезе, ведь из всей надстройки в смысле Ларюэля все же именно экономика проливает больше всего света на Решение. К тому же, политика вытекает из экономики платформ, выбор которых в качестве главного актора капитала в достаточной мере очевиден: пусть платформы пытаются представить себя как «всего лишь сосуд, наполняемый рыночными силами», в преломлении платформ из этих сил выковывается «образ нового рынка» (Срничек, 2019, стр. 45). Поэтому гегемония платформ выступает как трансцендентальное нашего общества. Однако отставим на время в сторону ларюэлевское понимание материи и материальности (хотя оно, несомненно, сказывается в подходе Срничека) и спросим: почему трансцендентальное материально, если платформы определяются как

«цифровые инфраструктуры, которые позволяют двум и более группам взаимодействовать?» (Срничек, 2019, стр. 41)



Ведь если постфордистский капитализм является преимущественно цифровым и ориентированным на информацию и коммуникацию, разве он не характеризуется все возрастающей дематериализацией труда и когнитивизацией капитала?

Дело в том, что данным, которые представляют собой ресурс платформ, следует дать верное определение. Данные ни в коем случае нельзя путать или смешивать со знанием — в обоих случаях речь идет об информации, однако данные необязательно включают в себя знание. Во-первых, знание — это информация о причинах событий, которая может фиксироваться или не фиксироваться на накопителях (по крайней мере, в узком технологическом/медиалогическом смысле), в то время как данные — информация всего лишь о фактах свершения событий, однозначно фиксируемая на тех или иных носителях, которые потребляют энергию. Во-вторых, верно, что данные производятся действиями пользователей, однако Срничек не полагает в духе, скажем, итальянского постопераизма, будто бы данные представляют собой прибавочную стоимость «нематериального» — когнитивного или аффективного — труда, которая извлекается платформами. Клики остаются кликами безотносительно того, что за ними стояло в плане субъективности: пускай держателя платформы и могут интересовать переменчивые желания пользователей, в зарегистрированной их активности они отражаются лишь только предположительно. Речь здесь идет буквально о *сырье*, причем в точности по Марксову его определению, приводимому Срничком:

«...если сам предмет труда уже был, так сказать, профильтрован предшествующим трудом, то мы называем его сырым материалом, например, уже добытая руда, находящаяся в процессе промывки» (Срничек, 2019, стр. 38).

Труд пользователей, рутинный, нежели интеллектуальный, был необходим, но не достаточен — данные требуется еще «промыть», очистить, чтобы использовать далее для оптимизации процессов производства, обучения алгоритмов, координации столь же малоинтеллектуального, но по сути своей рабского труда наемных работников и подрядчиков, поддерживающего узкую квалифицированную прослойку и рантье — держателей платформ, в результате чего будут добыты новые данные, что позволит затем извлечь еще данные и т. д.



Исходя из такой перспективы, Срничек скептически подходит к многочисленным заявлениям о том, что мы живем в радикально новом мире «четвертой промышленной революции», ознаменованной переходом к «экономике знаний» (или «умной», или «когнитивной», или...). В мировой экономике, несомненно, произошли важные изменения, о чем и свидетельствует расцвет платформ, однако их масштаб не стоит преувеличивать. Чтобы должным образом оценить его, следует поместить их в исторический контекст предшествующей последовательности вызовов и ответов, а затем выявить линии преемственности и точки расхождений, что Срничек и делает в первой главе книги.

Срничек сжато описывает три эпизода, проясняющих становление капитализма платформ. Во-первых, это послевоенный закат фордизма, пришедшийся на 1970-е годы, ознаменовавшийся кризисом перепроизводства, понижением прибыльности в промышленном секторе и переходом от стабильности и надежной занятости к гибкости и бережливым бизнес-моделям. Здесь впервые заявляет о себе тенденция к выводу услуг на аутсорсинг, которая в дальнейшем при каждом сотрясении экономики лишь усиливалась. Во-вторых, это так называемый «бум доткомов», то есть 1990-е годы с беспрецедентным уровнем инвестиций в компьютерные и информационные технологии. В 2001 году бум обернулся пузырем и лопнул, но вскоре (после вмешательства центрального банка США в кредитно-денежную политику после теракта 11 сентября) снижение ставок по ипотеке привело к росту инвестиций в жилищный сектор, создав тем самым условия для технологической революции. В-третьих, это кризис 2008 года: цены на жилье достигли предела и стали снижаться, и вслед за жилищным сектором стал осыпаться финансовый. Мягкая монетарная политика привела к обращению частного долга в государственный, сбережения корпораций, прибегнувших к режиму строгой экономии, росли, а «гавани» для уклонения от налогов расширялись, из-за чего возник избыток наличности, которую для извлечения прибыли срочно требовалось во что-то вложить. Так укрепился рост технологических компаний, трансформировавшийся в расцвет платформ.

Итак, в первой главе Срничек показывает, что платформы являются собой продолжение предшествующей экономической цепочки, а потому технологический сектор подчиняется капиталистической логике ровно в той же мере, что и остальные, представляющиеся более «материальными» сектора. Во второй же он ставит задачу продемонстрировать, в чем же именно заключались новшество и



отличие платформ, и предоставить их классификацию. В третьей Срничек выделяет тенденции развития платформ и называет вызовы, которые они нам бросают, после чего кратко обозначает возможные способы ответа на них.

Новый момент, как было отмечено ранее, состоит в переориентации на данные как основной ресурс. Данные и прежде задействовались в предыдущих бережливых бизнес-моделях, однако, куда в меньшем масштабе. Но стремительное удешевление технологий их регистрации в начале XXI века привело к открытию громадных массивов данных и возникновению целых отраслей, сосредоточенных на их извлечении и использовании в целях оптимизации производства, контролирования работников, анализа предпочтений, развитию рекламы и т. д. Данные обрели системное значение.

Срничек выделяет пять «идеальных» (поскольку в реальности они переплетаются) типов платформ в соответствии с задачами, которые они решают: *рекламные*, занимающиеся извлечением и анализом данных (Google, Facebook), *облачные*, сдающие в аренду софт и оборудование (Amazon), *промышленные*, создающие оборудование и софт для перевода традиционного производства в русло цифровой экономики (GE), *продуктовые*, трансформирующие товары в услуги в режиме «по требованию» и извлекающие из этого доход за счет использования других платформ (музыкальные сервисы, всевозможные агрегаторы), и *бережливые*, которые минимизируют собственные активы и по максимуму сокращают издержки (Uber).

Платформы задают базовую архитектуру правил игры, которая сама оказывается продуктивной в плане извлечения данных, когда, например, доступ к созданию приложений открывается для сторонних разработчиков или когда социальная сеть предоставляет рекламное пространство для других компаний. Децизионистски формируя «образ нового рынка», платформы могут позволить себе действовать вопреки и актуальному спросу: так, Uber запускает в своем приложении фантомные машины или поднимает цены еще до того, как повысится спрос. Эта тенденция достигла пика, пожалуй, в феномене интернета вещей, когда бытовые предметы стали массово снабжаться датчиками, — пользователи были далеко не так заинтересованы в его развитии, как платформы, протянувшие «щупальца в мир повседневности» (Срничек, 2019, стр. 90) в стремлении к экспансии и в поиске новых данных.

Всем платформам свойственна тенденция к монополизации. В самом деле, платформы выживают главным образом за счет сетевых



эффектов — их ценность измеряется числом пользователей, и дело зачастую не столько в доходности предоставляемых ими услуг (они вполне могут быть и бесплатными), сколько в возможности получить больше данных и создать за их счет стоимость. Количество здесь преобладает над качеством: *каждое* действие пользователя работает на совершенствование алгоритмов. Соответственно, за пользователей ведется ожесточенная борьба, причем форма конкуренции претерпевает изменения. Все меньше конкуренции по поводу цен, и разница между ценами и издержками, которую бережливые платформы максимизируют посредством обращения к перекрестному субсидированию, играет все меньшую роль для остальных платформ по сравнению с вопросом извлечения и хранения данных. Так, алгоритм вполне можно выложить в открытый доступ, как только собрано достаточно данных. В пределе платформы стремятся замыкаться в экосистемах, которые изолируют пользователей от их конкурентов: например, создаются эксклюзивные приложения для определенной мобильной операционной системы или услуги, доступные лишь при авторизации в той или иной социальной сети.

Самыми проблемными типами Срничек считает рекламные и бережливые платформы. Первые сильно зависят от кризисов, да и интернет-реклама переживает не лучшие времена из-за девальвации и популярности приложений-блокировщиков, хотя последний фактор в большей мере затрагивает платформы, ориентированные на открытый интернет, такие как Google, чем приложения соцсетей типа Facebook. Однако тенденция к замыканию может привести к тому, что «открытого веба» как такового больше не будет: интернет разобьется на автономные и независимые сегменты, множество «частных интернетов». Бережливые же платформы чересчур архаичны. Они целиком зависят от избыточного капитала, высокая прибыльность невозможна, а аутсорсинг, по мнению Срничека (с которым, однако, спустя три года после выхода книги трудно согласиться), себя исчерпал, так что рассматривать их как модель, которая задает видение будущей экономики, не стоит, и «в ближайшие годы они рассыплются, как картонный домик» (Срничек, 2019, стр. 79). Uber уникален только лишь из-за спроса, тогда как остальные платформы данного типа не подразумевают столь высокую регулярность их использования.

Какова же общая тенденция развития капитализма платформ, с точки зрения Срничека? Платформы будут множиться и замыкаться в силу конкуренции. Приложения, по всей вероятности, восторжествуют над открытым вебом, а провал в рекламном секторе



пошатнет позиции таких компаний, как Google и Facebook, относительно подобных Amazon. Бережливые платформы либо схлопнутся, либо трансформируются в продуктовые. Усилится тенденция к взиманию ренты или комиссии за те или иные операции, преимущественно в виде микроплатежей: условно говоря, «умная» дверь может потребовать плату за вход или выход, как в романе Филипа Дика «Убик».

На фоне достаточно глубокого и емкого анализа функционирования платформ в настоящем и предсказаний по поводу их развития, порой несколько сомнительных, но все же представляющих интерес, стратегия, предлагаемая Срничеком в конце книги, выглядит обескураживающей. Срничек, пускай и неохотно, частично делает ставку на национализацию платформ и введение антитрастового законодательства, которое бы разбивало монополии, сдерживало эксплуатацию и регулировало обращение с данными. Как он сам признает, «возможно, все эти действия необходимы, но... они все же не поражают воображение оригинальностью или масштабом». Более предпочтительным решением было бы создание «общественных платформ — таких, которые принадлежат „простым“ людям и контролируются ими» (Срничек, 2019, стр. 113), проводимое, однако, опять-таки при поддержке государства, хотя по итогу такие платформы должны стать независимы от его надзора. Для создания посткапиталистических платформ Срничек, по сути, предлагает прибегнуть к своего рода «антиросту», используя в качестве сырья ныне существующие платформы. Это может представляться заманчивым ходом в абстракции, но переход от пустого субъекта сопротивления «Манифеста» к государству как последней инстанции в «Капитализме платформ» кажется чересчур поспешным Решением.

Как бы то ни было, материалистичность анализа понятия данных резко выделяет Срничека на фоне многих других исследователей и философов левого направления, которые в попытке критиковать новую капиталистическую идеологию, скорее, поддались ее очарованию.

Список литературы

- Hyperstition. (2005, March 30). *Fictions and Number: Social and Material Hyperstition*. Retrieved from <http://hyperstition.abstractdynamics.org/archives/005284.html>.
- Laruelle, F. (1975). *Economie générale des effets d'être*. Doctoral Dissertation. Paris.



- Laruelle, F. (2010). *Philosophies of Difference: A Critical Introduction to Non-Philosophy*. New York: Continuum.
- Laruelle, F. (2012a). *Struggle and Utopia in the End Times of Philosophy*, Minneapolis: Univocal.
- Laruelle, F. (2012b). The Degrowth of Philosophy. In F. Laruelle (Auth.) & R. Mackay (Ed.). *From Decision to Heresy* (pp. 327–349). Falmouth, New York: Urbanomic, Sequence Press.
- Laruelle, F. (2015). *Introduction to Non-Marxism*, Minneapolis: Univocal.
- Laruelle, F. (2016). *Theory of Identities*. New York: Columbia University Press.
- Srnicek, N. (2009). Capitalism and the Non-Philosophical Subject. *Pli*, (20), 28-54.
- Srnicek, N. (2010, March 3). François Laruelle and the Non-Philosophical Tradition. *Speculative Heresy*. Retrieved from <http://speculativeheresy.files.wordpress.com/2010/03/srnicek-nick-laruelle-and-the-non-philosophical-tradition.pdf>.
- Srnicek, N. (2011a). Capitalism and the Non-Philosophical Subject. In L. Bryant, N. Srnicek & G. Harman (Eds). *The Speculative Turn: Continental Materialism and Realism* (pp. 164–181). Melbourne: re.press.
- Srnicek, N. (2011b). François Laruelle, the One and the Non-Philosophical Tradition. *Pli*, (22), 187-198. Preprint version. Retrieved from [http://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/francois-laruelle-the-one-and-the-nonphilosophical-tradition\(edf30549-9f4e-4645-a176-a0e4e19b6d9d\).html](http://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/francois-laruelle-the-one-and-the-nonphilosophical-tradition(edf30549-9f4e-4645-a176-a0e4e19b6d9d).html).
- Альтюссер, Л. (2005). *Ленин и философия*. Москва: Ад Маргинем.
- Ланд, Н., Бауэр, М. & Томажин, А. (2018). «Фрагментация — вот единственная стратегия». Интервью с Ником Ландом. *Философско-литературный журнал Логос*, 28(2), 31-54.
- Ларюэль, Ф. (2013). Словарь нефилологии. *Синий диван. Философско-теоретический журнал*, (18), 7-30.
- Иваницкая, Е. (2019, 7 марта). Демонический капитализм платформ и как с ним бороться. *Инвест-Форсайт*. Получено из: <http://if24.ru/demonicheskij-kapitalizm-platform-i-kak-s-nim-borotsya/>.
- Павлов, А. (2019). Постмодернистский ген: является ли посткапитализм постпостмодернизмом? *Философско-литературный журнал Логос*, 29(2), 1-24.
- Сафронов, Э. (2019). Как акселерационизм превратился в платформенный капитализм. *Философско-литературный журнал Логос*, 29(3), 279-289.



- Срничек, Н. (2016). Навигация по неолиберализму: политическая эстетика в эпоху кризиса. *Художественный журнал*, (99), 90-103.
- Срничек, Н. (2019). *Капитализм платформ*. Пер. с англ. М. Добряковой, Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.
- Срничек, Н. & Уильямс, А. (2019). *Изобретая будущее: посткапитализм и мир без труда*. Пер. с англ. Н. Охотина. Москва: Стрелка-Пресс.
- Уильямс, А. & Шрничек, Н. (2018). Манифест акселерационистской политики. *Философско-литературный журнал Логос*, 28(2), 7-20.
- Хумарян, Д. (2019). «Капитализм платформ» Ника Срничека: кризис — реакция — бум — кризис — и снова реакция. *Экономическая социология*, 20(3), 164-179.
- Шрничек, Н. & Гуреев, А. (2018). «Термин „акселерационизм“ стал бесполезным». Интервью с Ником Шрничеком. *Философско-литературный журнал Логос*, 28(2), 87-102.

References

- Hyperstition. (2005, March 30). *Fictions and Number: Social and Material Hyperstition*. Retrieved from <http://hyperstition.abstractdynamics.org/archives/005284.html>.
- Laruelle, F. (1975). *Economie générale des effets d'être*. Doctoral Dissertation. Paris.
- Laruelle, F. (2010). *Philosophies of Difference: A Critical Introduction to Non-Philosophy*. New York: Continuum.
- Laruelle, F. (2012a). *Struggle and Utopia in the End Times of Philosophy*, Minneapolis: Univocal.
- Laruelle, F. (2012b). The Degrowth of Philosophy. In F. Laruelle (Auth.) & R. Mackay (Ed.). *From Decision to Heresy* (pp. 327–349). Falmouth, New York: Urbanomic, Sequence Press.
- Laruelle, F. (2015). *Introduction to Non-Marxism*, Minneapolis: Univocal.
- Laruelle, F. (2016). *Theory of Identities*. New York: Columbia University Press.
- Laruelle, F. (2013). Dictionary of Non-Philosophy. *Blue Coach. Philosophical and Theoretical Journal*, (18), 7–30.
- Srniczek, N. (2009). Capitalism and the Non-Philosophical Subject. *Pli*, (20), 28-54.
- Srniczek, N. (2010, March 3). François Laruelle and the Non-Philosophical Tradition. *Speculative Heresy*. Retrieved from



- <http://speculativeheresy.files.wordpress.com/2010/03/srnicek-nick-laruelle-and-the-non-philosophical-tradition.pdf>.
- Srnicek, N. (2011a). Capitalism and the Non-Philosophical Subject. In L. Bryant, N. Srnicek & G. Harman (Eds). *The Speculative Turn: Continental Materialism and Realism* (pp. 164–181). Melbourne: re.press.
- Srnicek, N. (2011b). François Laruelle, the One and the Non-Philosophical Tradition. *Pli*, (22), 187-198. Preprint version. Retrieved from [http://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/francois-laruelle-the-one-and-the-nonphilosophical-tradition\(edf30549-9f4e-4645-a176-a0e4e19b6d9d\).html](http://kclpure.kcl.ac.uk/portal/en/publications/francois-laruelle-the-one-and-the-nonphilosophical-tradition(edf30549-9f4e-4645-a176-a0e4e19b6d9d).html)
- Althusser, L. (2005). *Lenin and philosophy*. Moscow: Hell Margin.
- Land, N., Bauer, M. & Tomažin, A. (2018). “The Only Thing I Would Impose is Fragmentation”. Interview with Nick Land. *Logos. Philosophical and Literary Journal*, 28(2), 31-54.
- Ivanitskaya, E. (2019, March 7). Demonical Platform Capitalism and How to Struggle with It. *Invest Foresight*. Retrieved from <http://if24.ru/demonicheskij-kapitalizm-platform-i-kak-s-nim-borotsya/>.
- Pavlov, A. (2019). The Postmodern Gene: Does Post-Capitalism Mean Post-Postmodernism? *Logos. Philosophical and Literary Journal*, 29(2), 1–24.
- Safronov, E. (2019). How Accelerationism Turned into Platform Capitalism. *Logos. Philosophical and Literary Journal*, 29(3), 279–289.
- Srnicek, N. (2016). Navigating Neoliberalism: Political Aesthetics after the Crisis. *Moscow Art Magazine*, (99), 90–103.
- Srnicek, N. (2019). *Platform Capitalism*, trans. M. Dobryakova. Moscow: HSE Publishing House.
- Srnicek, N. & Williams, A. (2019). *Inventing the Future: Postcapitalism and a World Without Work*, trans. N. Okhotin. Moscow: Strelka-Press.
- Williams, A. & Srnicek, N. (2018). Manifesto for Accelerationist Politics. *Logos. Philosophical and Literary Journal*, 28(2), 7–20.
- Khumaryan, D. (2019). Nick Srnicek’s Platform Capitalism: Crisis — Response — Boom — Crisis — and Response Again. What Do We Know about the Digital Economy? *Journal of Economic Sociology*, 20(3), 164–179.
- Srnicek, N. & Gureev, A. (2018). “The Term ‘Accelerationism’ Became Useless”. Interview with Nick Srnicek. *Logos. Philosophical and Literary Journal*, 28(2), 87–102.



КОГДА ПОСТЫДНОЕ СТАНОВИТСЯ ПРЕСТИЖНЫМ

Шпоть Василиса Виталиевна (а)

(а) Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 109028
Российская Федерация, г. Москва, Хитровский пер., д. 2/8, корп. 5.
E-mail: vasilisa.shpot@gmail.com

Аннотация

Рецензия на книгу: Павлов, А.В. (2019). *Престижное удовольствие: социально-философские интерпретации «сериального взрыва»*. Москва: Группа Компаний «РИПОЛ классик» / «Панглосс».

Ключевые слова

Сериалы, сериальный взрыв, популярная культура, кинематограф



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



WHEN GUILTY BECOMES PRESTIGIOUS

Vasilisa Vitalievna Shpot (a)

(a) National Research University Higher School of Economics, Bldg 5, 2/8 Khitrovskiy per., Moscow, Russia, 109028. E-mail: vasilisa.shpot@gmail.com

Abstract

Book review: Pavlov, A.V. (2019). *The Prestigious Pleasure: Social-philosophical Interpretations of «Series Boom»*. 'RIPOL Classic' Group of Companies / Pangloss.

Keywords

Series, Series Boom, Pop Culture, Cinema



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Скорее всего, вы часто замечали это в вашей ленте в Facebook: сначала ваши друзья обсуждают восьмой сезон «Игры престолов», спустя время переключаются на публикации о мини-сериале «Чернобыль», а через месяц дискутируют о третьем сезоне «Очень странных дел». Конечно, у этих шоу разная аудитория, рейтинги и популярность. Однако каждое из них в отдельный и не самый продолжительный период являлось самым актуальным продуктом массовой культуры и занимало (продолжает занимать) определенное место в современном медиапространстве и в социальных медиа в частности. Многие посты (особенно это было заметно в контексте обсуждения «Игры престолов», так как каждый поклонник ждал релиза новой серии и старался не откладывать просмотр, который становился пиком единения всех фанатов) не сводились к рефлексии над отдельными эпизодами, характерами, сюжетными поворотами. Иногда пользователи писали сообщения достаточно неочевидного содержания: «Что я только что увидел?», «Как теперь жить?», «О, нет». Но читатели сразу понимали, о чем идет речь.

Это только один из кейсов, который лишний раз подтверждает тезис о том, что сериалы в настоящее время стали важнейшим культурным феноменом, «универсальной темой для разговора» (Кушнарева, 2013). Но как быть людям, которые не считывают в тех самых (не)очевидных публикациях смысл, заложенный авторами? То есть тем, кто не знаком как с актуальными продуктами, так и с теми, которые отошли на второй план, и тем более с классическими шоу? И что вообще определяет, когда и, главное, какой сериал смотреть в условиях «свободного выбора» (Джеймисон, 2019, с. 544)? Стоит ли обращать внимание лишь на активно обсуждаемые работы, или же есть важные сериалы, которые остаются незамеченными широкой аудиторией? Наконец, в какой логике «работают» отдельные сериалы и каковы особенности их аудитории?

Выше перечислен тот минимум вопросов, на который отвечает в своей новой книге «Престижное удовольствие: социально-философские интерпретации "сериального взрыва"» философ и культуролог Александр Павлов (Павлов, 2019). Его последняя работа посвящена сериалам и их социально-философской интерпретации, однако, что приятно, не сводится исключительно к всестороннему анализу феномена, а представляет собой нечто более объемное. Вся книга подтверждает очевидное: сериалы в повседневной жизни человека стали важны как никогда. Павлов действительно провел сильное и важное исследование сериальной культуры, используя



философскую, социологическую, культурологическую и киноведческую оптики.

Но прежде, чем начинать разговор о тех идеях, которые высказывает в своей работе Павлов, необходимо вкратце сказать о содержании и структуре книги. Текст состоит из четырех частей, каждая из которых представляет собой отдельный тематический блок. Практически каждый блок разделен на 5 глав, исключение — последний, в нем 4 главы. Первая часть, «Политика на маленьких экранах» посвящена социально-философскому анализу популярных сериалов о политике («Карточный домик» (2013-2018), «Черные паруса» (2014-2018), «Родина» (2011-наст. время) и проч.), исторических шоу типа «Больница Никербокер», «Табу» (2017), «Кризис в шести сценах» (2016) и др.), сериалов про роль в массовой культуре важнейшего американского президента — Джона Ф. Кеннеди («Клан Кеннеди» (2011), «11.22.63» (2016)), про вариации на тему будущего («Штамм» (2014-2017), «Рассказ служанки» (2017-наст. время), «Лотерея» (2014) и др.), и важных продуктах, произведенных в Британии («Черное зеркало» (2011-наст. время), «Шерлок» (2010), «Утопия» (2013)).

Часть, посвященная популярным сериалам о политике, открывается главой «Фрэнк Андервуд никогда не встретит Кэрри Мэтисон: "Черные паруса" и "Карточный домик"». В ней автор для начала проводит черту между сериалами про политику, и сериалами, посвященными политическим темам. Затем Павлов переходит к многоуровневому анализу «Черных парусов» и «Карточного домика»: он рассматривает специфику политики в сериалах, проблемы, которые ставят шоу, сравнивает два сериала (например, общей чертой обоих сериалов относится некоторая степень гомосексуальности главных героев и др.), обращается к репрезентации секретных служб в «Родине» и «Карточном домике» (вернее, здесь вы узнаете, в чем причины фактического отсутствия секретных служб в последнем шоу), и, что главное, применяет в анализе свое знание актуального политического и социального контекста, а также теорий классических философов (Павлов, 2019, с. 28).

Далее следует глава «История и капитализм: "Табу", "Больница Никербокер" и "Кризис в шести сценах"». Как нетрудно догадаться по названию, в ней речь пойдет о репрезентации капитализма в исторических шоу. Павлов сразу заявляет проблему этой категории сериалов: когда через историю пытаются показать современные социальные проблемы, почти все шоу перестают быть историческими (Павлов, 2019, с. 43). Поэтому, по его мнению, ключом к пониманию



«исторических» сериалов последнего времени может стать замечание американского философа Фредрика Джеймисона о том, что: «...Надежнее всего схватить понятие постмодерна как попытку исторически помыслить настоящее — в эпоху, которая первым делом забыла о том, что значит мыслить исторически» (Джеймисон, 2019, с. 57). Кроме того, Павлов замечает, что сериалы сегодня могут снимать и признанные авторы, такие как Стивен Содерберг («Больница Никербокер») или Вуди Аллен («Кризис в шести стенах») (Павлов, 2019, с. 48). Это значимо для понимания трансформации роли сериалов.

Глава «Два взгляда на Кеннеди» объясняет феномен популярности смерти американского президента. Она посвящена двум максимально непохожим сериалам: «Клан Кеннеди» и «11.22.63». Первый реалистичный и претендует на объективность. Второй — фантастический, драматический. Он — скорее про фантазии на тему возможности разобраться в том, что произошло 22 ноября 1963 года, до того, как это случилось (Павлов, 2019, с. 59). Рассматривая «11.22.63», Павлов обращает внимание не только на политические сюжеты, но и на актуальные сегодня социальные проблемы, которые освещаются в сериале (Павлов, 2019, с. 68).

В разделе, в котором говорится про важнейшие английские сериалы, Павлов описывает феномены «Шерлока», «Черного зеркала» (когда шоу было еще британским) и «Утопии». В данном случае лично меня подкупает альтернативный критический взгляд на до сих пор популярное «Черное зеркало». Шоу, согласно автору, объективно не сообщает ничего нового о современном и будущем обществе; его философия «до невозможного банальна» (Павлов, 2019, с. 81). В подкрепление своей точки зрения он обращается к эссе Терри Мюррея (Murray, 2019), который считает, что сериал повествует о старых проблемах. При этом автор не оставляет читателя ни с чем, а рекомендует обратить внимание на «Измерение 404», которое выполнено в более позитивной манере и отсылает к забытым феноменам популярной культуре (Павлов, 2019, с. 84).

В следующей главе читатель заглянет в «мрачное будущее» и познакомиться с тремя абсолютно разными антиутопиями: «Лотерея», «Рассказ служанки», «Штамм». Здесь Павлов обращает внимание не только на тематические особенности (скажем, мотивы эксплуатации и угнетения женщин в «Рассказе служанки»), но и на репрезентацию капитализма (Павлов, 2019, с. 91).

Вторая часть называется «Любовь и прочие неприятности». Как несложно догадаться, раздел посвящен шоу о любви, а именно самому



яркому (под)жанру любовных историй — романтическим комедиям. Здесь есть главы про такие сериалы, как «Мужчина ищет женщину», «Мастер не на все руки», «Любовь», «Девочки», а приятным бонусом является текст, который рассматривает современные сериалы, посвященные модным сейчас 1980-м. Признаюсь: это одна из моих самых любимых частей книги.

Искушенному читателю огромное удовольствие доставят остроумные названия частей и глав: наименование второй части — «Любовь и прочие неприятности» — явная отсылка к популярном ромкому с Мэтью Макконахи и Сарой Джессикой Паркер. Глава про сериал «Любовь» называется так «"Любовь"... это: Революция ромкома». Почувствовали дух одного из основных (попсовых) любовных, сладких символов девяностых, жвачек «Love is...»? Название главы «Мастер не на все руки»: ешь, люби, ищи всюду расизм» недвусмысленно отсылает чуть ли не к самому излюбленным женщинам роману (и/или его экранизации) «Ешь, молись, люби». По сути Павлов уже в оглавлении демонстрирует читателям, что они связались с настоящим гиком, а если точнее — с самым поп-культурно грамотным человеком в мире. К теме культурно грамотности мы еще вернемся.

В данном разделе обсуждается реалистичный сериал «Девочки» и его параллели с «глянцевым» «Сексом в большом городе», в том числе выводятся их сходства и ценностные различия (Павлов, 2019, с. 109). Самое главное, что вам нужно будет сделать, прочитав эту главу — начать вербовать своих знакомых белых взрослых гетеросексуальных мужчин на просмотр сериала. А потом — ждать... А вот, чего именно ждать, нужно будет прочитать в книге. Во-вторых, глава про «Мужчина ищет женщину» заслуживает отдельного внимания. Автор, основываясь на книге социолога Энтони Гидденса «Трансформация интимности», описывает, как в последние десятилетия изменилась идея «отношений». Наиболее любопытным кейсом, который репрезентирует современную ситуацию отношения полов, является именно этот сериал. Павлов предпочитает характеризовать его как «кислотный ромком» (правда, он признается, что это определение придумал не он), и считать сериал «неудачным и гениальным одновременно» хотя бы за счет чередования сортирного и интеллектуального юмора, использования тонких и откровенно пошлых метафор, которые обыгрывают все стереотипы отношений (Павлов, 2019, с. 123).

Третий сериал — «Любовь». Его лучше описать полностью процитировав Александра Павлова:



«[Любовь] — это ромком, который взламывает структуру самого консервативного жанра и пытается, оставаясь самим собой, сказать что-то совсем иное, однако все с той же идеологией — счастье возможно, но обретается оно не в тот момент, когда главные герои объединяют свои сердца» (Павлов, 2019, с. 149).

Кажется, эта цитата дает исчерпывающий ответ на вопрос, зачем же смотреть это шоу. Но она — только минимум объемного текста, посвященному «Любви». Прекрасным дополнением к главе является часть текста, которая посвящена феномену романтических комедий в целом (Павлов, 2019, с. 137).

В-четвертых, в данном разделе есть эссе о социальном ромкоме «Мастер не на все руки». Как говорит Павлов, в нем большее наслаждение приносит как раз любовная, а не социальная линия, которая чересчур зациклена на расизме. Кроме этого, сериал невероятно атмосферный и смешной (Павлов, 2019, с. 151).

И последняя глава повествует о ностальгии по 1980-м в американских сериалах, а именно «Красным дубам», «Очень странным делам» и «Блеску». Автор доказывает свой тезис о том, что сейчас в культуре существуют тенденция возвращения 1980-х и их переосмысления, и выводит несколько способов современной репрезентации этого временного отрезка: 1) переосмысление жанра, то есть обыгрывание традиционных сюжетов, часто рефлексивно и иронично, 2) воспроизведение жанра, то есть попытка сделать кино или сериал в той же самой логике, в которой снимали в 1980-е, 3) воспроизведение самого времени. В этих обстоятельствах нужно говорить уже не о жанре, а о культурной репрезентации «повседневной эпохи» (Павлов, 2019, с. 179).

В следующей, третьей и моей любимой части, «Давай Швифтанемся! Шедевры анимации», философ размышляет о новых (и одном классическом) анимационных шоу — «Рик и Морти», «Конь Боджек», «Звери.», «Мой маленький пони. Дружба — это магия» и классический ситком «Гриффины».

Автор обращается к американскому псевдоинтеллектуализму в «Гриффинах» (Павлов, 2019, с. 183), открытой проблематике семейных отношений, заявленной в «Рике и Морти» (здесь, помимо прочего, удивляет количество аллюзий на фильмы конца 1970-1980-х и картины настоящего десятилетия, которые приводит Павлов) (Павлов, 2019, с. 201), (не)метафоричным Зельде и Зоуи в



«ситуационной комедии» «Конь БоДжек» (Павлов, 2019, с. 2014), «неудобным для просмотра» «Зверям.», которых автор сравнивает с «Южным парком» (Павлов, 2019, с. 229).

Завершает раздел глава про шоу «Мой маленький пони» и, в частности, про брони — «фанатское движение взрослых гетеросексуальных мужчин вокруг сериала. Производное от привычного слова "бро" и "пони"» (Павлов, 2019, с. 246). Эта глава стала для меня настоящим открытием, после которого моя жизнь перевернулась и уже не будет прежней.

И в четвертой части, «Раздел живых мертвецов. И немного роботов», Павлов «разделяет» живых мертвецов (устоявшийся термин «living dead») и роботов, останавливается на проблемах репрезентации и, что важно, интерпретации зомби и андроидов в современной популярной культуре, а также подробно рассматривает сериалы «Ходячие мертвецы» и «Эш против зловещих мертвецов» (Павлов, 2019, с. 259).

«Раздел живых мертвецов» начинается с возвращения зомби в *zombie studies*. Далее наступают «Ходячие мертвецы», и Павлов описывает политические общности этого сериала (Павлов, 2019, с. 280). В следующей главе, посвященной зомби, Павлов критикует сериал «Эш против зловещих мертвецов». Основной тезис автора в том, что шоу — опыт неудачного сиквейка — попытка развить те линии культовой трилогии, которые не требовали развития. Но, несмотря на все недостатки шоу, это важный кейс, который демонстрирует, как не следует работать с культовыми фильмами в новом формате (Павлов, 2019, с. 293).

Последняя глава — «Роботы — новый субъект революции» как и текст про зомби, посвящена в меньшей степени сериалам, а в большей — но проблемам, связанным с возможным присутствием в нашей жизни андроидов (Павлов, 2019, с. 307). Павлов объясняет, что культура часто репрезентирует социальные страхи или становится своего рода футурологией, вот почему важно посмотреть, как в визуальной культуре (кинематографе и сериалах в частности) показывают внедрение андроидов в жизнь человека и возможные последствия такой коллаборации. Поэтому автор рассуждает о том, «можно ли говорить о восстании роботов как о революции?» в том числе из-за того, что раньше агрессию андроидов не пытались помыслить в оптике революционного восстания (Павлов, 2019, с. 314). На этой главе заканчивается основная часть.



Павлов делает ценные выводы и в заключении. По его мнению, проблема российской аудитории сериалов в отношении к тем, кто игнорирует эту форму культуры, ведь сейчас

«сериалы разводят людей по разным культурным, а иногда и политическим углам» (Павлов, 2019, с. 330).

И, действительно, социологи замечают серьезное расслоение среди зрителей на тех, кто смотрит сериалы онлайн (в основном западные), и тех, кто предпочитает телевидение (преимущественно сериалы российского производства), которое до сих пор, к слову, остается самым популярным медиа в России (Тагиев, 2018). Но Павлов предупреждает, что выносить политические суждения в отношении этих двух групп — не самый разумный ход (Павлов, 2019, с. 331).

Также в заключении автор говорит о том, что «главные» сериалы постоянно меняются. Это объясняется достаточно примитивно: их хорошим качеством. Но при этом гораздо интереснее следить за самим перманентным поиском

«"главного сериала", а вместе с ним продолжительность жизни фаворита» (Павлов, 2019, с. 336).

Так, согласно наблюдениям Павлова, «главный сериал» может редко оставаться на пике более 4-5 сезонов, а взлеты и падения свойственны «модным» и «интеллектуальным» сериалам в большей степени (Павлов, 2019, с. 342).

В конце книги автор предлагает читателям принять установку на то, что ко всем, а не только модным и актуальным сериалам, нужно относиться с вниманием. То есть адекватно воспринимать их как феномены популярной культуры с общими ценностями, при этом не относиться к ним как агентам стереотипного «загнивающего Запада». Павлов подводит к тому, что проблема на деле кроется не в сериалах, а в самой многомерной аудитории, которая в том числе проецирует полярные ценности внутри себя (Павлов, 2019, с. 332).

Помимо рассказа о названных сериалах автор предлагает несколько любопытных, озвученных во введении, тезисов, к которым мы теперь и обратимся. Во-первых, сегодня в связи с требованием времени сериалы не смотреть уже нельзя (Павлов, 2019, с. 6). Кроме того, они могут рассматриваться как искусство и быть легитимными в массовом сознании. Хотя существует и альтернативная точка зрения



(Борцмейер, 2014), которую Павлов считает, с одной стороны, важной, так как она доказывает, что

«[сейчас] все еще нет консенсуса по вопросу, могут ли хотя бы некоторые из выдающихся сериалов быть признаны настоящим искусством», с другой — дает понять, что вряд ли такой подход может быть применим к современным реалиям (Павлов, 2019, с. 8).

Во-вторых, для каждого сериала свое время. В-третьих, существуют сериалы, которые *стыдно* [курсив мой. — В.Ш.] не смотреть (Павлов, 2019, с. 6). И из этого вытекает проблема: можно ли считаться «приличным человеком», если ты не смотрел те самые актуальные сериалы (Павлов, 2019, с. 7)?

Это содержание. Здесь нам, однако, вновь следует сделать одно важное отступление, тем более это касается авторского подхода к теме и в целом авторской методологии. Читателям, которые знакомы с библиографией Александра Павлова, сразу бросится в глаза название книги, а именно переключка с его первой работой, «Постыдное удовольствие: философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа» (Павлов, 2014). Как отмечает сам автор, две книги связывают на концептуальном уровне категории стыда и удовольствия, а кроме этого, методологические и содержательные аспекты (Павлов, 2019, с. 10). Однако «Престижное удовольствие» содержит много принципиально новых моментов, которые обозначает сам автор. Очертим основные параллели книг для тех, кто не знаком с другими работами Павлова¹.

В первую очередь, автор обсуждает те анимационные сериалы, которые не встречались ранее. Если из «Постыдного удовольствия» мы узнали про идеологию и политику «Симпсонов» (1989-наст. время); социально-философские идеи, заложенные в «Южном парке» (1998-наст. время), то здесь мы сможем прочесть про культовых телевизионных «Гриффинов» и о новейших сериалах «Конь БоДжек» (2014-наст. время), «Звери.» (2016-наст. время), «Рик и Морти» (2013-наст. время) (Павлов, 2019, с. 10).

Во-вторых, в обеих книгах есть раздел, который детально разбирает жанр ужасов и монстров, которые этот жанр репрезентируют (Павлов, 2019, с. 11). Если в первой были

¹ Кроме «Постыдного удовольствия» философ написал «Расскажите вашим детям: Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе» и «Бесславные ублюдки, бешеные псы. Вселенная Квентина Тарантино» (Павлов 2016; Павлов 2018).



рассмотрены вампиры, призраки, маньяки и зомби, то здесь акцент сделан преимущественно на последних. Автор также использует свой уникальный метод в анализе феномена. Он оспаривает установку на чтение всех фильмов про живых мертвецов социально, и крайне убедительно, в том числе за счет продуманных примеров, настаивает на том, что сначала должен быть выполнен анализ репрезентации монстра в конкретной картине, а уже за ним следовать политическое прочтение. Кроме того, глава подкреплена новыми выводами, которые были сделаны в результате изучения сдвига роли зомби в популярной культуре (спойлер: они перестали быть одними из главных монстров (Павлов, 2019, с. 260)).

В-третьих, общее между двумя работами в том, что Павлов смотрит на продукты поп-культуры с социально-философского ракурса. Но и здесь есть отличия: если раньше Павлов говорил о конкретных репрезентируемых идеологиях в популярной культуре, то теперь он рассматривает сериалы, у которых есть «социальное измерение» (Павлов, 2019, с. 11). Поэтому вполне логично, что в некоторых местах нарратив сводится не столько к самому сериалу, но к жанровым особенностям, проблемам и идеям, заложенным в шоу. Главная отличительная черта подхода автора в том, чтобы предложить прочитать сериал так, как его видит зритель — через обнаруженную проблему, а затем уже подобрать нужный теоретический инструментарий.

При этом Павлов не заостряет внимание на таких художественных составляющих, как монтаж, актерская игра, качество съемки и тем более на вульгарных «интересных» фактах. Это нельзя назвать недостатком, так как в контексте работы такие детали нерелевантны, и их обилие могло бы перегрузить книгу. Тем более работа, посвященная «искусству» сериала уже существует, но я бы не поставила ее в один ряд с работой Павлова. В 2015 году вышел материал, основанный на лекциях литературоведа и публициста Евгения Жаринова в серии под названием «Звезда лекций» (Жаринов, 2015). Как раз здесь для любителей словесных изысков расписаны художественные средства, которые используются, правда, не в популярных сериалах, но в классическом кино. Да, про сериалы из этой книги вы не узнаете ничего.

Почему же, рассуждая о феномене сериалов сегодня, мы апеллируем к категории стыда? Отвечая на этот вопрос, Павлов приходит к выводу, что сериалы (пока еще) в моде. Из этого, по его мнению, вытекает две проблемы: мы не можем посмотреть все сериалы, так как их слишком много (и действительно в настоящий



момент на рынке существует огромная конкуренция как в плане контента, так и в контексте платформ); в моде *модные* [курсив автора. — В.Ш.] сериалы (Павлов, 2019, с. 11).

Вышеперечисленное автор дополняет тем, что сериалы и есть мода. Причем скоротечная (Павлов, 2019, с. 14). Во многом из-за этого они представляют собой иерархию «от более легитимных и всеми признанных к менее легитимным и менее известным». И это поле, в котором на разных участках располагаются сериалы, в какой-то степени само определяет важнейшие продукты. Продукты, на которые нельзя не обращать внимания. Это же поле выступает некоторой объединяющей субстанцией, которая позволяет сериалам сосуществовать, постоянно ссылаясь друг на друга (Павлов, 2019, с. 13).

Вряд ли стоит спорить с тем, что претендент на звание интеллектуала или просто образованного человека, может игнорировать культурную повестку и отдельные тренды. Иначе говоря: моду. Но как верно описать то свойство субъекта, которое позволяет определить его ориентацию в современном культурном контексте? Павлов предлагает концепт «поп-культурной грамотности». Обращаясь к тому, что в своей книге «Культурная грамотность: Что должен знать каждый американец» Эрик Хирш-младший назвал «культурной грамотностью» (под этим понятием он рассматривал множество дат, географических локаций, имен) (Hirsch, 1987), Павлов замечает те изменения, которые произошли с популярной культурой (а также сериалами в частности), то есть те, благодаря которым стала очевидна необходимость формулировки более точного и актуального описательного концепта. Это «поп-культурная грамотность» (Павлов, 2019, с. 16), о которой мы уже упоминали.

Однако книгу нельзя считать сугубо философской. В ней рассмотрены интересные и далеко не всегда предсказуемые концепции как зарубежных (Фредрик Джеймисон, Жан Бодрийяр, Эрик Хирш-младший, Энтони Гидденс, Робин Вуд и проч.), так и отечественных философов, культурологов, социологов и киноведов (Виталий Куренной, Инна Кушнарера, Кирилл Мартынов и др.); озвучено множество собственных уникальных идей. Особо Павлов выделяет статью Инны Кушнарера «Как нас приручили к сериалам» (Кушнарера, 2013). Апеллируя к рассуждениям Кушнарера о переходе к качественному телевидению и её обращению к идее Джейсона Миттела о том, что теперь сериалы характеризуются «нарративной сложностью», Павлов выводит собственную теорию,



согласно которой «качественное телевидение» пережило три волны возрастания той самой «нарративной сложности»: 1990-е годы («Твин Пикс» (1990-2017), «Секс в большом городе» (1998-2004), «Теория большого взрыва» (2007-2019) и проч.), 2000-е («Остаться в живых» (2004-2010), «Прослушка» (2002-2008), «Безумцы» (2007-2015) и др.) и, наконец, 2010-е, которые пока еще не получили должного осмысления в академии и на анализе которых главным образом сфокусировался философ, что лишний раз упрочняет актуальность выбранного автором материала (Павлов, 2019, с. 19).

При этом удивляет то, с какой заботой автор относится к своему читателю: не дает ему заскучать и постоянно держит в тонусе. Здесь сложные, хотя из-за подачи материала их будет правильнее охарактеризовать эпитетом «серьезные», философские подходы переплетаются с острым юмором автора и ярким описанием знакомых (или новых) сцен сериалов. Ведь, как отмечает сам Павлов, «[ему] бы хотелось, чтобы книгу читали те, кто любят сериалы, а не те, кто любят философию» (Павлов, 2019, с. 23).

То есть читателям совершенно не обязательно хорошо разбираться в философских концепциях, быть знатоками в гуманитарных дисциплинах. Им действительно нужно просто любить сериалы. Или даже так: им можно не любить сериалы, достаточно просто интересоваться новым, или, как минимум, любить читать и обладать хорошим чувством юмора.

Кстати, забота автора проявляется и в том, что касается спойлеров, которых сейчас так модно бояться. В книге они есть, однако без них никак. Павлов раскрывает некоторые сюжеты для того, чтобы познакомить поклонников сериалов с новыми для них шоу. Так что в итоге спойлерная информация подается таким образом, что интерес к сериалу только подогревается. Кроме этого, иногда спойлеры нужны для реализации методологии автора, а именно для социально-философского анализа. Так что материал было бы сложнее воспринимать, если бы он оставался только на уровне теории (ведь книга совсем не про это).

Эмпирический материал работы в целом характеризуется несколькими чертами. Во-первых, большим объемом и колоритом. Но этот объем не пугает — скорее, его можно считать щедрым подарком. Павлов аккуратно работает с каждым источником и, что самое важное, выстраивает максимально грамотную логику повествования, которая, как уже было замечено, держит читателя в тонусе за счет содержательных и стилистических особенностей. Книга очень конкретна, что не позволяет читателю «заблудиться».



Во-вторых, положительным моментом является выборка сериалов, а именно её субъективность (Павлов, 2019, с. 10). Те, кто знакомы с каким-либо из аспектов научной и творческой деятельности Павлова, не поспорят с тем, что он обладает уникальным и независимым вкусом, тонко чувствует ценность культурных продуктов.

В-третьих, не оставляет равнодушным то, с какой рациональной и эмоциональной любовью автор относится к анализируемым сериалам. В том числе это выражается в доскональном знании цитат, сцен, героев шоу, которые, возможно, пропускают даже самые преданные фанаты.

В-четвертых, материал уникален. Александр Павлов признается, что некоторые (небольшие) части из изложенного публиковались в разных медиа ранее. Это касается глав о «Ходячих мертвецах» и «роботов-революционеров» и некоторых др. Однако он не вставлял в книгу готовые тексты, а дорабатывал и изменял каждый кусок (Павлов, 2019, с. 24).

И, наконец, важная деталь, которая характеризует выбор материала: автор не идет легким путем и намеренно не останавливается на хорошо знакомых даже неискушенному зрителю сериалах. В большей степени он рассказывает про те шоу, «которые пока что незаслуженно обходят вниманием или даже уже обошли» (Павлов, 2019, с. 15). Отсюда становится очевидной одна из интенций автора, а именно рассказать аудитории сериалов про те шоу, которые по какой-то причине остались на периферии их кругозора, о чем я писала выше (Павлов, 2019, с. 16). Решение этой задачи, по его мнению, может стереть проблему «соотношения топовых сериалов и тех, что не являются популярными, но заслуживают того, чтобы их посмотрели» (Павлов, 2019, с. 21).

Также Павлов, рассуждая о конкретных кейсах, выделяет многие детали, которые приводят к точному понимаю многомерности описываемого культурного продукта. Так, анализируя «Мужчина ищет женщину», Павлов обращает внимание на момент, который может быть не замечен даже внимательным зрителем: на книгу Дэвида Фостера Уоллеса «Бесконечная шутка» (1996), она часто фигурирует в сериале. И, чтобы читатель получил большее удовольствие от просмотра, исследователь предлагает ключ к понимаю культурной ценности писателя и в том числе проводит экскурс в независимые американские фильмы, посвященные Уоллесу или являющиеся экранизацией его творчества («Конец тура» (2015), «Короткие интервью с подонками» (2009)) (Павлов, 2019, с. 129).



Важно, что Павлов останавливается не только на классических эпизодах сериалов, но и на, как он сам предпочитает говорить, «нетрадиционных» — филлерах (Павлов, 2019, с. 20). Так, Павлов описывает их роль в контексте нарратива сериала, а также их социальное измерение. Для иллюстрации я приведу несколько выдержек. Автор рассказывает, что в социальном ромкоме «Мастер не на все руки» (2015-2017), в котором есть две линии — социальная и любовная, — в «нетрадиционном» эпизоде «Нью-Йорк, я люблю тебя» социальное выходит на первый план. Благодаря этой серии зритель понимает, что неполиткорректность и расизм все еще живы в американском обществе, а причина тому — классовое расслоение (Павлов, 2019, с. 154). Обращаясь к филлеру в сериале «Конь БоДжек», Павлов приводит оригинальные и неочевидные аналогии, например, с восьмой серией третьего сезона «Твин Пикса». Дело в том, что эпизод, как и филлер «Твин Пикса», выбивается драматургически и тематически из всего сериала. Он *нестандартен* [курсив мой. — В.Ш.]. И, как объясняет Павлов, именно такие «отклонения» делают шоу неудобным для просмотра, в то же время помогая осознать гениальность сериала (Павлов, 2019, с. 226). Кроме рассмотренных примеров, Павлов обращается к филлерам в «Мужчина ищет женщину» (2015-2017), «Рик и Морти», «Звери.» и другим эпизодам в «Мастер не на все руки».

И последнее. Следует отметить, что автор прекрасно знаком не только с анатомией сериала, но и с медиаконтекстом и спецификой индустрии. Он включает в анализ ключевых игроков на рынке (НВО, Netflix, BBC), а еще обращается к необходимым медиа, чтобы, согласно своим интересам, рассмотреть «социальное» сериалов. Экскурс в медиаконтекст лаконично вписывается в общий нарратив, не перегружая его. Возможно, если читателю захочется узнать больше о сериалах именно в рамках развития современных технологий и медиапотребления, то ему можно посоветовать обратиться к статье Андрея Быстрицкого «Сериалы начинают и выигрывают: телешоу между аттракционом и драмой» (Быстрицкий, 2014) в одном из томов журнала «Логос», посвященного Cinema Studies.

Подводя итоги, я могла бы сказать следующее. Более чем уверена, что этой книгой автор выполнит свою главную цель: привлечет поклонников сериалов к тем продуктам, которые зрители могли неоправданно обойти. Даже больше. Мне кажется, что книга может заставить интересоваться сериалами не только тех, кто к ним индифферентен, но и тех, кто их не любит. Возможно, последние встречались только с неудачными работами, которые не



удовлетворяли их вкус; а «Престижное удовольствие» проводит их в другой мир, где каждый найдет себе сериал по душе. Таким читателям можно только позавидовать: они начнут постигать азы поп-культурной грамотности с самого правильного материала. Но даже если в итоге они не полюбят сериалы, то отлично проведут время. Желаю каждому получить от книги удовольствие. Но, конечно, престижное, а не постыдное. Впрочем, после ее прочтения уже точно можно будет не стыдиться того, что ранее вы ничего не знали про сериалы.

Список литературы

- Hirsch Jr. E.D. (1987). *Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. New-York: Vintage.
- Murray T. (2019). *Black Mirror Reflections*. Retrieved from https://philosophynow.org/issues/97/Black_Mirror_Reflections
- Борцмейер, Г. (2014). Круиз по сериалам. *Философско-Литературный журнал Логос*, 101(5), 193-212
- Быстрицкий, А. (2014). Сериалы начинают и выигрывают: телешоу между аттракционом и драмой. *Философско-Литературный журнал Логос*, 102(6), 209-217
- Джеймисон, Ф. (2019). *Постмодернизм, или Культурная логика позднего капитализма*. Москва: Издательство Института Гайдара.
- Жаринов, Е.В. (2015). *Сериал как искусство. Лекции-путеводитель*. Москва: АСТ (Звезда лекций).
- Кушнарёва, И. (2013). *Как нас приучили к сериалам*. *Философско-Литературный журнал Логос*, 93(3), 9-20
- Павлов, А. В. (2014). *Постыдное удовольствие: философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.
- Павлов, А.В. (2016). *Расскажите вашим детям: Сто одиннадцать опытов о культовом кинематографе*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.
- Павлов, А.В. (2018). *Бесславные ублюдки, бешеные псы. Вселенная Квентина Тарантино*. Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС.
- Павлов, А.В. (2019). *Престижное удовольствие: социально-философские интерпретации «сериального взрыва»*. Москва: Группа Компаний «РИПОЛ классик» / «Панглосс».



Тагиев, Р. (2018). Медиапотребление россиян: цифры и тенденции. *Mediascope*. Retrieved from: https://mediascope.net/upload/iblock/65c/Everest_Mediascope_060518.pdf

References

- Hirsch Jr. E.D. (1987). *Cultural Literacy: What Every American Needs to Know*. New-York: Vintage.
- Murray T. (2019). *Black Mirror Reflections*. Retrieved from https://philosophynow.org/issues/97/Black_Mirror_Reflections
- Bortzmeyer, G. (2014). Serial Cruiser. *Philosophical Literary Journal Logos*, 101(5), 193-212.
- Bystritskiy, A. (2013). The Series Starts and Wins: The TV Show Between Amusement and Drama. *Philosophical Literary Journal Logos*, 102(6), 209-217.
- Jameson, F. (2019). *Postmodernism, or the cultural logic of late capitalism*. Moscow: Publishing house of the Gaidar Institute.
- Kushnaryova, I. (2013). How We Were Schooled to TV Series. *Philosophical Literary Journal Logos*, 93(3), 9-20.
- Pavlov, A. V. (2014). *The Guilty Pleasure: Philosophical and Socio-political Interpretations of Mass Cinema*. Moscow: HSE Publishing House.
- Pavlov, A. V. (2016). *Tell Your Children: One Hundred and Eleven Essays on Cult Cinema*. Moscow: HSE Publishing House.
- Pavlov, A. V. (2018). *Inglorious Bastards, Reservoir Dogs. Quentin Tarantino's Universe*. Moscow: Publishing House «Delo» RANEPА.
- Pavlov, A. V. (2019). *The Prestigious Pleasure: Social-philosophical Interpretations of «Series Boom»*. Moscow: 'RIPOL Classic' Group of Companies / Pangloss.
- Tagiev, R. (2018). Russian media consumption: figures and trends. *Mediascope*. Retrieved from https://mediascope.net/upload/iblock/65c/Everest_Mediascope_060518.pdf
- Zharinov, E. V. (2015). *The Series as Art. Lectures Guide*. Moscow: AST (The Star of Lectures).



НА ПУТИ К СОЦИАЛЬНОЙ ТЕОРИИ ИНТЕРНЕТА

Сафронов Эдуард Евгеньевич (а)

(а) Институт философии РАН, 109240 Российская Федерация, г. Москва,
ул. Гончарная, д. 12, стр. 1, E-mail: safronoveduard@gmail.com

Аннотация

Рецензия на книгу: Ловинк, Г. (2019). *Критическая теория интернета*. Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства "Гараж".

Ключевые слова

Рецензия, капитализм платформ, интернет, критическая теория, социальная философия, теория медиа, Герт Ловинк, культура XXI века



Это произведение доступно по [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



TOWARDS TO THE SOCIAL THEORY OF THE INTERNET

Eduard Evgenievich Safronov (a)

(a) Institute of Philosophy Russian Academy of Sciences,
12 Goncharnaya str., 1, Moscow, Russia, 109240. E-mail: safronoveduard@gmail.com

Abstract

Lovink, G. (2019). *Critical theory of Internet*. Moscow: Ad Marginem Press, Garage Museum of Modern Art. (in Russian).

Keywords

Review, platform capitalism, internet, critical theory, social theory, media theory, Geert Lovink, culture of the XXI century



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)



Дождливое и холодное лето 2019 года в средней полосе России не оставило альтернативы эскапизму, реализующемуся в основном через продолжительное пребывание в сети или чтение книжных новинок. В ожидании такой же осени, делая невероятное усилие над собой, мы выбирали чтение как социально более одобряемый и, возможно, полезный вариант досуга. Тем более когда у нас есть возможность узнать что-то новое про интернет, от которого мы отказались, на время исключив себя из социальной жизни.

Книга с интригующим названием «Критическая теория интернета» (Ловинк, 2019) была издана в июне 2019 года совместными усилиями Музея современного искусства «Гараж» и издательством «Ад Маргинем». Под обложкой нас ожидают тринадцать эссе Герта Ловинка – голландского медиа-теоретика, прошедшего длинный путь от магистра политологии, сквоттера, живущего на пособие, через медиа-активизм, пиратское радиовещание, журналистику до защиты в Мельбурне докторской диссертации по критическим теориям интернета (Ловинк, 2019, стр. 108-114) и должности руководителя амстердамского Института сетевых культур. Сам Ловинк в предисловии к изданию указывает, что эссе для его первой антологии на русском языке были отобраны переводчиками. Один из них – Дмитрий Лебедев, пишет в своем вступительном слове, что:

«"Критическая теория интернета" – в конце концов, обманчивый заголовок» (Ловинк, 2019, стр. 1).

Как показывает практика, если помнить об этом при чтении, то от издания можно получить гораздо больше удовольствия. Тогда можно не пытаться обнаружить и понять четкую методологию исследований автора, прыгая между темами и сверяя дату выхода той или иной работы (эссе датируются промежутком с 2006 по 2017 год).

Итак, критическая теория интернета – это то, что вы вряд ли обнаружите в этом сборнике, однако это не означает, что качество материала вас не удовлетворит. Проблема скорее в редакторском позиционировании статей. Автор и переводчик в своих предисловиях указывают, что эссе можно условно разделить на три тематических блока. Первые пять – это анализ социальных медиа, следующие пять – работа с конкретными феноменами сети (например, интерфейсы, селфи, поисковые алгоритмы или практики «цифрового детокса»). Последний раздел включает в себя три текста – своего рода публицистические работы, в которых Ловинк раскрывает важные для



своего научного наследия концепты: «тактические медиа» и «организованные сети». Представленные эссе при вдумчивом чтении позволят вам эксплицировать основные направления мысли автора, однако в совокупности вы получите то, что американский социальный философ Фредрик Джеймисон называл «когнитивными картами». Марксист Джеймисон в своем докладе «Когнитивная картография» (Джеймисон, 2014) экстраполировал на экономические и социальные структуры идею теоретика архитектуры Кевина Линча о том, что современному городскому жителю, для преодоления «отчуждения» необходимо идентифицировать в городских пейзажах выделяющиеся объекты, которые помогут воссоздать в уме целостный образ города и позволят ориентироваться в нем. Следующим шагом следует осуществить попытку описать тотальности этих структур через культуру (Джеймисон, 2014, стр. 335-349). На самом деле именно этим и занимается Ловинк, между прочим, неоднократно упоминая в своих текстах «мэппинг», хоть и без ссылок на Джеймисона.

Первые пять эссе представляют собой наиболее общие попытки набросать «когнитивную карту» социальных медиа. В первом тексте «Что есть социальное в социальных медиа?» Ловинк, используя обширную теоретическую базу, убедительно показывает, что «социальное» больше не институционализирует себя в виде класса и не дезинтегрировано постмодерном, а «заявляет о себе в сетевой форме» (Ловинк, 2019, стр. 27). Автор утверждает:

«Сеть становится настоящей формой социального» (Ловинк, 2019, стр. 27).

Онлайн и офлайн теперь неотделимы друг от друга. Здесь же становится очевидна линия разграничения старых медиа, основанных на вещании, и новой модели социальных медиа, которые опираются на наше вовлечение, что подразумевает под собой постоянное потребление и производство контента. На эту же особенность современной культуры указывает британский литературовед и социальный теоретик Алан Кирби в своей книге «Диджимодернизм. Как новые технологии упраздняют постмодерн и переопределяют нашу культуру» (Kirby, 2009), описывая, как современные медиа переизобретают фигуру «автора», который проявляется уже не только как индивид, но и как сообщество, а кроме того неразрывно связан с потреблением и модерацией контента (подробнее об этом см.: (Павлов, 2018)).



Второе эссе посвящено идеологии социальных медиа. Ключевым тезисом здесь является то, что социальные сети сами по себе стали новой идеологией. Ссылаясь как на современных исследователей, среди которых Джоди Дин, Венди Чан, Ричард

Барбрук и Фред Тернер, так и обращаясь к классическому наследию Луи Альтюссера, Ловинк показывает, как мы, создав профиль, обретаем субъектность в социальных медиа (Ловинк, 2019, стр. 49-51). Ну а дальше, осознавая все минусы цифровой социальности, мы включаемся в эту бесконечную интерактивную диалектику действия и реакции, создавая для сетевой экономики «новый тип сырья – данные», как замечает экономист и политический теоретик Ник Срничек (Срничек, 2019, р. 37). Срничек сегодня – популярный как на Западе, так и в России автор. В этом году в России выпустили перевод двух его книг «Капитализм платформ» (Срничек, 2019) и «Изобретая будущее: посткапитализм и мир без труда» (Срничек, Уильямс, 2019), а также тематический номер журнала «Логос», посвященный акселерационизму (Логос, 2018) – концепции, прописанной в совместном манифесте Срничека и Алекса Уильямса. Читая «Критическую теорию интернета», несложно заметить, что Ловинк не только знает все главные работы Срничека, но и общается с ним лично (так он публикует комментарий Срничека в эссе про мемы). Зная об этой связке двух интеллектуалов, в «Критической теории интернета» можно обнаружить множество влияний Срничека на Ловинка. Так, Ловинк, размышляя о природе социальных медиа, нередко ссылается на их политико-экономический генезис, использует концепт «платформ» (крупных, автономных, цифровых инфраструктур) и их основные характеристики, ссылается на «Манифест акселерационистской политики» (подробнее об этом см.: (Сафронов, 2019)).

Следующие эссе первого (социального) цикла посвящены, соответственно: мемам, их идеологическому значению, важности, адиктивности социальных медиа и феноменологии их восприятия. В заключительной статье речь идет о бизнес-моделях интернета, в частности автор критикует те самые платформы в качестве посредников, получающих большую часть прибыли от производителей контента и всю прибыль от потребителей контента.

Первая часть сборника на наш взгляд наиболее важна. Попробуем резюмировать, что же все-таки можно использовать в будущем как ориентиры для создания действительно критической теории интернета. Сам Ловинк выделяет следующие ключевые составляющие будущей теории. Во-первых, появление нового типа исследователя.



Классический гуманитарий не способен в полной мере оценить внешний (софтверный) и скрытый (аппаратное обеспечение) потенциал современных цифровых структур. Вот почему необходим новый тип исследователей, который смог бы совместить в себе технические навыки (программистские и дизайнерские) и теоретические знания. Во-вторых, это работа над так называемой «Кибернетикой 2.0», которая позволит нам в полной мере исследовать совокупность культурной логики, саморефлексивности кода и архитектуры софта для реорганизации нашего онлайн опыта (Ловинк, 2019, стр. 35). В-третьих, нам нужна новая социальная теория, которая бы сосредоточилась на фигуре «гражданина-как-пользователя» (здесь стоит заметить, что Ловинк критикует чисто эмпирический подход и работу с большими данными). В-четвертых, должна быть разработана герменевтика социальных медиа. Здесь у Ловинка неоднократно возникает политический философ Лео Штраус с его знаменитым учением об искусстве письма (Павлов, 2012; Штраус, 2012), Ханс-Георг Гадамер и Поль Рикер. Однако автор опять же скорее указывает направление в дальнейшей работе, нежели описывает какую-то в самом деле рабочую методологию. Параллельно должны быть использованы теоретические наработки в области акторно-сетевой теории (Писарев, Астахов, Гавриленко, 2017), а также возрожден, после пересмотра и реорганизации, классовый анализ.

Сами же социальные меди, уже на данном этапе имеют множество нерешенных проблем. И самая главная из них состоит в том, что социальные сети «экологичны», то есть они уже являются всеобъемлющими и пронизывающими все сферы жизни, их предумышленное избегание или насильственное исключение из них приближают пользователя к «социальной смерти». Такая гегемония соцмедиа заставляет нас не только осваивать новую социальную грамотность, менять привычки и пересматривать модели поведения, но и вынуждает требовать пересмотра процедур, алгоритмов и в целом этики работы платформ. Среди других проблем также можно выделить работу с данными, которые отчуждаются от пользователя с каждым кликом и, пройдя абсолютно непрозрачный алгоритмический путь, возвращаются к нему в виде таргетированной рекламы или рекомендательного поиска. Так что интернет и сети в целом должны быть проанализированы по всем ключевым параметрам: программное обеспечение, интерфейсы, аппаратное обеспечение, инфраструктура и идеология.

Вторая часть книги – пять эссе, посвящённых конкретным феноменам и примерам цифровой жизни, дополняет первую часть,



раскрывая некоторые тезисы и уделяя внимание очевидным проявлениям неочевидных механик, упомянутых в первых пяти статьях. Так, в статье «Общество запроса: гуглизация нашей жизни» Ловинк рассматривает и критикует рекомендательный подход к поиску американской корпорации и в целом возможный вред от монополии на предоставление информации. В другом тексте он акцентирует внимание на адиктивной сущности сетей и предупреждает, что до тех пор, пока их интерфейсы, софт и концепция нацелены на то, чтобы мы оставляли как можно больше информации, пролистывая ленту, нам необходимо самостоятельно учиться бороться с этой зависимостью и искать хрупкий баланс между цифровым и социальным. Автор также заявляет о необходимости развития критического мышления, которое в эпоху бесконечного скроллинга подавляется уже на антропологическом уровне. Любопытно также эссе про селфи, где этот феномен определяется как «экзистенциальный момент в технологическом времени» (Ловинк, 2019, стр. 186).

Заключительный блок состоит из полемических эссе, по словам Ловинка, объединенных «общей критической перспективой и акцентом на спекулятивных понятиях, призванных продемонстрировать, что возможен иной интернет и иная интернет-культура» (Ловинк, 2019, стр. 12). Эта часть вызовет больший интерес у медиа-теоретиков, хотя в ней и присутствуют некоторые философские и социальные интуиции. Первое эссе (единственное, которое относится к нулевым) рассказывает нам о «тактических медиа» – объединение политической работы с искусством и новыми цифровыми технологиями. Резюмировать текст можно цитатой самого Ловинка, описывающей работу британского журналиста Пола Кингснорта:

«В этот раз никаких цитат из Делёза и Фуко, оставим в покое Негри и Агамбена» (Ловинк, 2019, стр. 239).

В двенадцатом по счету материале Ловинк пишет об оргнетах – сетевых структурах, которые в противовес слабым социальным связям социально-сетевых гигантов предлагают интенсивное взаимодействие внутри ограниченной группы пользователей. А в заключительном эссе автор размышляет о постсоудеоновском интернете и о том как нам жить, зная наверняка, что все «сказанное» нами в сети в любой момент может быть использовано против нас государством.



Подводя итог, хочется повторить, что, несмотря на отсутствие единого нарратива, то есть четкой логики изложения материалов, относящихся к разным годам, у читателя остается возможность эксплицировать определённый авторский подход, который, конечно, не является «критической теорией интернета», но по-своему любопытен. В конце концов, Ловинк скорее заставляет размышлять о том, о чем многие пока не думали в силу того, что слишком заняты потреблением сетевого контента. Отличительной особенностью Ловинка как автора является то, что в каждом эссе он уделяет минимум абзац (иногда и два, и три), чтобы задать себе и читателю вопросы, которые по большей части остаются без ответа. Так что если у вас есть исследовательский кризис, то книга как минимум поможет вам найти направления для научной работы, предоставив сотню другую вопросов, на которые найти ответ лишь предстоит. В противном случае, если вы занимаетесь цифровыми технологиями как социальный философ, сборник эссе Герта Ловинка оставит вас в некотором недоумении, так как вы, скорее всего, уже встречали большинство этих интуиций и концепций в более проработанном и подробном виде. Возможно, то же самое произойдет и с увлеченным темой медиа-теоретиком.

Список литературы

- Джеймисон, Ф. (2014). Когнитивная картография. В *Марксизм и интерпретация культуры*. Екатеринбург: Кабинетный ученый.
- Ловинк, Г. (2019). *Критическая теория интернета*. Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства "Гараж".
- Философско-литературный журнал Логос (2018). *Акселерационизм*, (2).
- Павлов, А. (2012). Лео Штраус: искусство писать и искусство читать. *Социологическое обозрение*, (3), стр. 4-11.
- Павлов, А. (2018). Образы современности в XXI веке: диджимодернизм: рецензия на книгу. *Философия. Журнал Высшей школы экономики*, (2), стр. 197-212.
- Писарев, А., Астахов, С. & Гавриленко, С. (2017). Акторно-сетевая теория: незавершенная сборка. *Философско-литературный журнал Логос*, (1), стр. 1-40.
- Сафронов, Э. (2019). Как акселерационизм превратился в платформенный капитализм. *Философско-литературный журнал Логос*, (3), стр. 279-289.
- Срничек, Н. (2019). *Капитализм платформ*. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики.



- Срничек, Н. & Уильямс, А. (2019). *Изобретая будущее: посткапитализм и мир без труда*. Москва: Strelka Press.
- Штраус, Л. (2012) Преследование и искусство письма. *Социологическое обозрение*, (3), стр. 12-25.
- Kirby, A. (2009). *Digimodernism. How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York, London: Continuum.

References

- Jameson, F. (2014). Cognitive Mapping. In *Marxism and interpretation of culture*. Yekaterinburg: Cabinet scientist.
- Kirby, A. (2009). *Digimodernism. How New Technologies Dismantle the Postmodern and Reconfigure Our Culture*. New York, London: Continuum.
- Lovink, G. (2019). *Critical theory of Internet*. Moscow: Ad Marginem Press, Garage Museum of Modern Art. (in Russian).
- Philosophical Literary Journal Logos (2018). *Accelerationism*, (2). (in Russian).
- Pavlov, A. (2012). Leo Strauss: the art of writing and the art of reading. *Sociological Review*, (3), pp. 4-11. (in Russian).
- Pavlov, A. (2018) Images of modernity in the twenty-first century: Digimodernism. A review of Alan Kirby's book. *Philosophy. Journal of Higher School of Economics*, (2), pp. 197-212. (in Russian).
- Pisarev, A., Astakhov, S., Gavrilenko, S. (2017). Actor-Network Theory: An Unfinished Assemblage. *Philosophical Literary Journal Logos*, (1), стр. 1-40. (in Russian).
- Safronov, E. (2019). How Accelerationism Became Platform Capitalism. *Philosophical Literary Journal Logos*, (3), pp. 279-289. (in Russian).
- Srniczek, N. (2019). *Platform Capitalism*. Moscow: HSE Publishing House. (in Russian).
- Srniczek, N., Williams A. (2019). *Inventing the Future. Postcapitalism and a World without Work*. Moscow: Strelka Press. (in Russian).
- Strauss, L. (2012). Persecution and the art of writing. *Sociological Review*, (3), pp. 12-25. (in Russian).

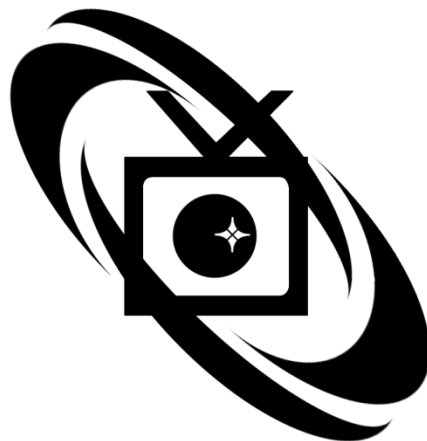
GALACTICA MEDIA

Journal of Media Studies

Scientific E-Journal

www.galacticamedia.com

No 2



2019

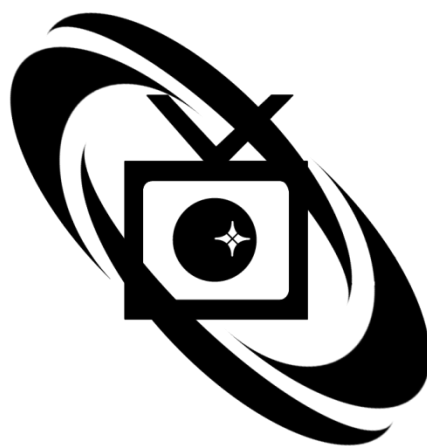
16+

ГАЛАКТИКА МЕДИА
журнал медиа исследований

Научный электронный журнал

www.galacticamedia.com

No 2



2019