

УДК 159.99

**ПРОВОКАТИВНОСТЬ МЕДИАПРОСТРАНСТВА:
АКСИОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

© 2014 г.

А.А. Зобова

Нижегородский госуниверситет им. Н.И. Лобачевского

alena-zobova@yandex.ru

Поступила в редакцию 27.09.2013

Рассматривается феномен провокации как проявления коммуникативного растождествления в контексте дискуссии о ценностных приоритетах современной медиареальности.

Ключевые слова: массмедиа, коммуникация, рефрейминг, растождествление.

Формально-содержательные характеристики мироощущения современного человека порождают острый внутренний конфликт, вызванный, с одной стороны, чрезмерной индивидуализацией форм самовыражения и, с другой – многозначностью и расплывчатостью трактовок содержания. «Смерть автора», имперсональность творчества в сочетании с креативно-энергетическим зарядом неисчерпанной иронии авангарда создали иное культурное пространство со своей, кодированной, системой. Это стимулирует рост опасений относительно того, что имеет место окончательная исчерпанность культуры, что цитация, симуляция и римейк стали единственно допустимыми формами её функционирования. В результате возникает понятие «провокативности» как особого вида экспрессии эпохи постмодерна, причем речь идет не только о формате культуры, но и шире – об универсальном алгоритме социального поведения.

Развитие электронных средств коммуникации стало завершающим этапом в эволюции человеческого сознания. Каждая передача СМИ служит тестом, то есть активизирует в адресате механизмы ответа по стереотипным моделям восприятия. Получается, что существование в современном мире вещей подобно существованию сообщений массмедиа: вещи утрачивают функциональность, информация – актуальность. Главным принципом телевизионной медиареальности является принцип событийности, основанный на ритуализации социальной практики. Усиление инфотейнмента как принципа структурирования программ интенсифицирует психологическое воздействие на личность, возможность провокации как проявления коммуникативного растождествления [1].

Биологизирующие существование смыслы преднамеренно «подкладываются» под специ-

ально выявленные, специально расчисленные инстинктивно-рефлекторные предпочтения, биопотребности и так далее, объявляя удовлетворение бесконечно умножаемых «первичных» потребностей залогом не менее чем всеобщего личностно-мирового счастья.

Всё это приводит нас к идее познания как преобразования и понимания взаимодействия личности и мира как «транзакции», то есть такого типа отношений, при котором все взаимодействующие элементы претерпевают изменения и не являются поэтому вполне самостоятельными, в своих качествах завися друг от друга. Отсюда парадоксальный вывод: не существует никакой неизменной человеческой природы, которая детерминировала бы поведение и личностные качества всех людей. Но в действительности – и в современных условиях это видно особенно отчетливо – нравственные блага и цели существуют только там, где необходимо что-нибудь сделать; сам факт, что следует что-то делать, доказывает наличие каких-то упущений, зол в наличной ситуации. Таким образом, нравственность ситуативна и вырабатывается заново в каждой новой ситуации в соответствии с ее конкретными особенностями.

Очевидно, что именно аксиологический фактор лежит в основе определения «цельности» индивида и внутренней тождественности. При этом мир эстетических ценностей не сводится к ценностям этическим и эстетическим, но включает также ценности религиозные, политические, экзистенциальные. Если говорить упрощенно, то «добро» и «красота» связаны друг с другом теснее, чем со всеми другими ценностями, ибо выявляют значение для человека как субъекта содержательных и формальных, духовных и материальных качеств одних и тех же явлений бытия человека и его художественного воссоздания.

Медиареальность – приют личности, заключённой между двумя мирами. Коммуникация онтологизируется. Возникает медиареальность, которая сплетается с нашим существованием и задаёт определенные формы чувствования, восприятия и деятельности. При этом существует последовательность: вначале медиа захватывают внимание человека, снабжая информацией и доставляя ему удовольствие, становятся средством работы, а затем поглощают его целиком.

Стиль современного искусства как части медиакультуры строится на сочетании корректности, внешней расслабленности, плюрализма, унаследованных от постмодернизма, с внутренней напряженностью, повышенным болевым порогом; летальности с витальностью. Это стиль, в котором нравственность достигается путём провоцирования, по сути, обмана.

В качестве примера приведём инсталляцию датского кинорежиссёра Ларса фон Триера «Психомобиль № 1. Мировые часы», созданную в 1996 году, когда Копенгаген был объявлен культурной столицей Европы. Инсталляция состоит из девятнадцати комнат, в которых находятся 53 актера. В каждой комнате установлены четыре лампы: красная, зеленая, желтая и синяя. Видеокамера укреплена над муравейником в Нью-Мексико. На экране в выставочном зале можно наблюдать, как муравьи ползают внутри муравейника. Рядом расположен план девятнадцати комнат. На экране видны девятнадцать квадратиков, которые представляют каждую из комнат. Когда муравьи семь раз пересекают квадрат, в соответствующей комнате загорается новая лампа. Когда в комнате меняется освещение, все актеры должны изменить характер и настроение. Каждый из 53 актеров-участников получил список черт характера, которые привязаны к разным цветам. Актёры свободно передвигаются по комнатам, между ними происходят импровизированные встречи и беседы в духе того цвета, который задают лампы (то есть в конечном итоге – муравьи) [2].

Текстуальность наполняется экзистенциальным напряжением, преодолевает условные границы знаков: «Знаки, взрывающие знаковую». Тональность и визуальность взрыва, его архетипика-апокалиптика входят в плоть и кровь нашего времени. Все взрывается: дома, машины, посольства, самолеты, начальники, рядовые, города, державы. Взрывчатость лежит в основе современной экспрессии. Отсюда и те изменения в кинематографическом языке, которые мы наблюдаем на примере инсталляции Ларса фон Триера. Эпштейн, соглашаясь с известным критиком Мюрреем Смитом, называет

датчанина «сентиментальным сюрреалистом». Сентиментализм – предромантическое движение, сюрреализм – неоромантическое; вместе они задают новую эстетику эксплозивности, включая искусство провокации, расшевеливания зрителя, за которым режиссер гонится с соломинкой или рвотным средством, чтобы его перевернуть или вывернуть наизнанку [3].

Своеобразным символом нового стиля в искусстве Эпштейн считает сцену из последнего фильма другого режиссёра – Стэнли Кубрика. В картине «С широко закрытыми глазами» совершается двойной жест: натягиваются маски и одновременно ими сдирается с человека лицо и обнаруживается какое-то дикое мясо и первозданный вой, от него исходящий. Это псевдопостмодернистский жест, который под видом постмодернизма «сдирает с цивилизации все символические покровы и тычет – порою остро, порою тупо – в самый большой нерв человека, в его жизненный центр. Оргии смерти, истязания, наслаждения...» [3]. По сути, Эпштейн приходит к такому же выводу, что и Жижек: «Фильмы Кубрика и Ларса фон Триера по своему воздействию на зрителя – творчески тошнотворны, это изобретательное «бр-р», художественный запредел». Отличие нынешнего запредела от модернизма первой половины прошлого века, с его сюрреализмом и экспрессионизмом, во внутреннем цинизме и отсутствии пафоса. «Модернист куда целился, туда и попадал. Он находил запредельное там же, где искал его. А нынешний запредельщик целит в одно, а попадает в другое. У него «широко закрытые глаза», смотрящие и видящие по-разному, наперекосяк. Одной рукой он гладит поверхность, подробно ощупывает какой-нибудь бугорок или пупырышек, а другой хищно залазит вовнутрь и закладывает взрывчатку. Это какой-то коварный запредел, смягчаемый нарочито поверхностным, игровым жестом успокоения, оглаживания» [3].

Экстенсивный путь развития человечества, экспансия смыслов рождает гиперреальность, которая суть переход, нечто аморфное и неопределённое. Если Эпштейн говорит об эксплозиве, то Бодрийяр более пессимистичен. Для него «победа импозивного над взрывным» предрешена [4]. Интенсивный страх новостных сообщений создаёт иллюзию отсутствия страха в реальности, или, иначе, восприятие реального страха как воображаемого, как средства выработки адреналина. Грань между фильмом ужасов и выпуском новостей стирается, поэтому симуляция хоррора вызывает больше эмоций, чем сам хоррор. Тезис Бодрийяра об игровой форме коммуникации находит своеобразное

подтверждение в книге Бёрна [5]. Неаутентичность понимается вторым как следствие сенсорного голода и стремление избежать столкновения с определенными аспектами ситуации или себя самого. Однако контакт, даже не приводящий к конгруэнтной коммуникации, доставляет удовлетворение. Имея транзакционный стимул, адресат готов поддерживать иллюзию конгруэнтности ради самого факта общения. Интересно, что, определив игру как серию транзакций с предсказуемым исходом, Бёрн включил игру в ряд процедур и ритуалов, исследуемых вначале. Получается, что аспект импровизации, неожиданности редуцируется. Наличие «скрытой мотивации», «ловушки», «подвоха», что, собственно, и является спецификой игры, позволяет нам предположить, что любая игра априори провокационна. В отличие от «чистосердечных» процедур и ритуалов, игра нацелена на формирование определённого состояния адресата коммуникационного процесса. Но это состояние предсказуемо, что рождает, на наш взгляд, парадокс. За счёт выведения участников из конгруэнтности путём воздействия нестандартными методами можно добиться стереотипной, а главное, выгодной для инициатора игры модели поведения. Любопытно замечание Бёрна о том, что интенсивнее всего играют люди, утратившие душевное равновесие. Оно служит своеобразным подтверждением того, что включение человека в игру тождественно выведению из состояния спокойствия, то есть разрушению целостности и аутентичности, что может расцениваться нами в качестве психологической основы феномена провокативности. Провокация в данном случае – инструмент устойчивости, гомеостаза системы, которая нуждается в провокативности для того, чтобы упрочить своё состояние, поскольку без таких энергичных импульсов она обречена на стагнацию и самовыврождение.

Альтернативой становится бегство в новые коммуникативные ниши, в киберпространство как следствие поиска реальности, опосредованной меньшим количеством влияний, и преодоления кризиса идентичности. Жёсткость сюжетных ситуаций и гипертрофированные чувства героев телевизионного сюжета или кинофильма должны нанести удар по психике адресата, подобно «шоковой терапии», дабы затем, находясь в состоянии растождествления, зритель обратился к своему «Оно» в поисках правды и с целью постоянной рефлексии на тему нравственности. Реальность без патологии – это вакуум, какая-то дистиллированная пустота. Это соответствует мысли позднего Отто Ранка

(выраженной им в книге «Истина и реальность»), согласно которой психотик живет в более истинной реальности, тогда как нормальный «средний человек» живет иллюзией. Здоровый человек, спокойно направляющийся к жене, телевизору, жареной картошке и измятому дивану, находится в иллюзии, что так будет всегда. Это соответствует мысли Хайдеггера, что «люди» живут в беспечном забвении смерти, что они иллюзорно оберегают свою трусость нежелания знать о смерти [6]. Безумец, который мечется по комнате, рыдает, бьется в конвульсиях или наоборот не может сказать ни слова, ничего не видит и не слышит, находится в более истинной реальности по сравнению с нормальным человеком, который неискренне сдерживает свой гнев, свои импульсы, свою сексуальность, тот человек, который ведет себя прилично. Вести себя прилично – значит пребывать в иллюзии; вести себя неприлично, невротично, психопатически – значит так или иначе раскрывать истину о самом себе. Примерно так об этом писал и Мишель Фуко в «Истории безумия». Он говорил, что, впадая в безумие, человек впадает в свою истину, – это является способом целиком быть этой истиной, но равным образом и утратить ее. Что значит, что, впадая в безумие, человек впадает в свою истину? Прежде всего то, что он оказывается как бы в полноте своих доселе скрытых или прикрытых особенностей. Но безумец, будучи самоотчужден, не в состоянии удержать в себе истину о самом себе и в результате теряет ее. Вся история безумия, по Фуко, это история утраты и обретения безумием самого себя. Здесь возникает подозрение, что любому высказыванию в принципе можно подобрать такой контекст, с точки зрения которого оно может быть употреблено как субъективно истинное. Это подозрение справедливо. Повидимому, можно сказать, что описание реальности как поверхностно нормальной и как глубинно безумной возможно как два противоположных симметричных описания одного и того же положения вещей. У участников процесса коммуникации возникает выбор, какой из возможных смыслов станет для них актуальным на данный момент. В НЛП существует понятие «пресуппозиции». Пресуппозиции – это аксиоматические убеждения, используемые как инструмент, облегчающий, по мнению создателей НЛП, достижение желаемых эффектов от техник. Значимость пресуппозиций состоит не в том, что они истинны (то есть в точности описывают объективную реальность), а в том, что в них полезно поверить для наиболее эффективного выполнения определённых задач в НЛП.

То, что происходит в нашем сознании при рассмотрении события, содержит в себе не событие, а только наше восприятие данного события. И наше восприятие принципиальным образом влияет на все, касающееся нас. Потому что, когда мы воспринимаем внешнее событие, мы пытаемся наделить его смыслом. Пытаясь наделить смыслом данное событие, мы конструируем в сознании его внутренние репрезентации. Эти внутренние репрезентации включают в себя информацию, полученную посредством всех наших чувств. Независимо от внешнего события, каждый из нас конструирует свою собственную внутреннюю субъективную реальность события, и эта внутренняя конструкция определяет нас: наши мысли, эмоции, реакции. Затем состояние управляет поведением. Это означает, что восприятие является отображением. Оно определяет наши действия.

Таким образом, изменяя структуру внутренних образов за счёт внешнего воздействия, можно вывести адресата из состояния психологического равновесия, а затем спровоцировать на определённые действия, наделяя внутренние репрезентации новым смыслом. Осознав, что поведение человека отличается от самой личности, мы можем ожидать и надеяться, что в другой ситуации или в другое время поведение этого человека может быть иным. Это делает поведение зависящим от контекста. Предложите другой контекст – и человек может повести себя абсолютно по-другому. Так как коммуникация подразумевает передачу сигналов другому человеку, «сообщение» и его индикаторы или сигналы возникают даже тогда, когда мы пытаемся не посылать сообщений. Даже тогда, когда мы не выражаем наши мысли, чувства, идеи, убеждения, понимание и решения в словах, эти внутренние феномены выражаются теми или иными невербальными способами. Эти сообщения являются парасообщениями. Но иногда одно из наших сообщений может относиться к другому сообщению, что наводит на мысль о важности (и силе) конгруэнтности, то есть выравнивания наших коммуникативных каналов так, чтобы все они передавали одно сообщение и не вступали в противоречие друг с другом. Конгруэнтность делает коммуникацию убедительной. Тем не менее, изменяя структуру внутренних образов за счёт внешнего воздействия, можно вывести адресата из состояния психологического равновесия, а затем спровоцировать на определённые действия, наделяя внутренние репрезентации новым смыслом. Осознав, что поведение человека отличается от самой личности, мы можем ожидать и надеяться, что в дру-

гой ситуации или в другое время поведение этого человека может быть иным. Это делает поведение зависящим от контекста. Оказаться вне фрейма или задать новый фрейм означает произвести рефрейминг и задать целый новый мир значений. Следовательно, при установлении отношений и коммуникации тот человек, который задает фрейм, определяет итоговое межличностное поле. Чем больше вариантов выбора имеет человек, тем более он целостен. В поисках новых коммуникативных смыслов он ввергается в очередную воронку иллюзорности, оставляя философской рефлексии вопрос о том, что в большей степени формирует ценностные основы социальности – реальность социальная или реальность медийная.

Решающую роль в формировании современного мировоззрения играют средства массовой коммуникации, что приводит к возникновению феномена «мозаичной культуры». Означаемое всё больше утрачивает свой статус, уступая место многочисленным означающим, вырождающимся в симулякры, малопонятные или попросту неререферлируемые знаки (слоганы, противоречивые утверждения, экспрессивные реалии и ток-шоу, уничтожающие человека, отказывающие ему в праве на собственное Я). Аристотелевский принцип «подражания» (фигуративности, повествовательности) сменяется платоновским стремлением постичь саму «идею», сущность, а познав её (или в случае очевидности опустошённости знака), создать демонстративную, внешне локализуемую видимость, особую «имитацию» семиотической природы, воздействующую на сознание. При этом провокация не всегда предполагает обязательный эпатаж, кардинальную творческую новацию, разбивающую классическую норму восприятия. Антиповедение, организуемое в масштабе массовой культуры, давно утратило свою изначальную сущность «оппозиционности» и деструктивности, которая поглощается функцией развлечения.

Провокативный алгоритм может создать определенную контркультуру, абсурдность, требующую гуманистической компенсации. Креативность инновационных решений теряет приоритетное значение без учёта ментальности и психологических особенностей аудитории.

Современные медиатеоретики развивают идею постинформационного общества – реабилитации тех каналов, которые ныне репрессированы. Человеку сложно жить в стерильном пространстве собственной герметичности. Однако сетевая гипертекстуальная парадигма репрезентации мира, соединение в одном сообщении разных времен и пространств диктуют

коммуникативный выбор адресата. Константность наполнения субъектного существования смыслом не означает смысловой гомогенности или аморфности. Посредством провокации возможно контролировать аксиологические метаморфозы, преодолевая диффузию между истинной и ложью, свойственную современной медиареальности.

Список литературы

1. Фортунатов А.Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности. Н. Новгород: ННГАСУ, 2009. 356 с.

2. Долин А. Ларс фон Триер: Контрольные работы. Анализ, интервью. Триер Ларс фон Догвилль: Сценарий / Перевод с англ. Н. Хлюстовой. М.: Новое литературное обозрение, 2004. 454 с.

3. Эпштейн М. Нулевой цикл столетия. Эксплозив – взрывной стиль 2000-х // Звезда. 2006. № 2. С. 210–217.

4. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 272 с.

5. Бёрн Э. Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений / Пер. А.А. Грузберга. Екатеринбург: ЛИТУР, 1999.

6. Хайдеггер М. Исток художественного творения. М.: Академический проект, 2008. 528 с.

PROVOCATIVITY OF MEDIA SPACE: AN AXIOLOGICAL ASPECT

Zobova A.A.

The article considers the phenomenon of provocativity as a manifestation of communicative disidentification in the context of discussions about the evaluative priorities of modern reality.

Keywords: media, communication, reframing, disidentification.

References

1. Fortunatov A.N. Vzaimodejstvie sub"ektov social'noj kommunikacii v mediarelnosti. N. Novgorod: NNGASU, 2009. 356 s.

2. Dolin A. Lars fon Trier: Kontrol'nye raboty. Analiz, interv'yu. Trier Lars fon Dogvill': Scenarij / Perevod s angl. N. Khlyustovoj. M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 2004. 454 s.

3. E'pshtejn M. Nulevoj cikl stoletiya. E'ksplziv – vzryvnoj stil' 2000-kh // Zvezda. 2006. № 2. S. 210–217.

4. Bodrijar Zh. Obshhestvo potrebleniya. Ego mify i struktury / Per. s fr., poslesl. i primech. E.A. Samarskoj. M.: Respublika; Kul'turnaya revolyuciya, 2006. 272 s.

5. Byorn E'. Igry, v kotorye igrajut lyudi. Psihologiya chelovecheskikh vzaimootnoshenij / Per. A.A. Gruzberga. Ekaterinburg: LITUR, 1999.

6. Hajdegger M. Istok khudozhestvennogo tvoreniya. M.: Akademicheskij proekt, 2008. 528 s.