

МАРИНА ЗАГИДУЛЛИНА
Chelabinsk State University

МЕДИАЭСТЕТИКА ПУСТЫХ ФОРМ: МАТЕРИАЛЬНАЯ ОСНОВА КУЛЬТУРНОГО НОМАДИЗМА В ЭПОХУ ПАНМЕДИАТИЗАЦИИ¹

Mediaesthetics of blank forms: the material basis of cultural nomadism in the era of panmediatization

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиаэстетика, новая материальность, виртуальность, пустая форма, форма и содержание, интернет-коммуникация

KEYWORDS: media aesthetics, new materiality, virtuality, empty form, form and content, Internet communication

ABSTRACT: The article is devoted to the concept of the “empty form”. This concept is considered from philosophical, communicative, sociological, artistic and cultural points of view. The author follows Aristotle’s philosophy of hylomorphism and “eidos” and its transformation into the 20th century theory of “new materiality” with the “emptiness of the center” and “assemblage of things” concepts, in the modern linguistic approaches and in art and creative industries (i.e. painting, architecture, literature). The metaphor “frame without painting” (G. Zimmel) helps us understand the social potential of the “empty form” concept (as a functional stimulus and condition of perception). The modern communication situation, characterized by a panmediatization of all sides of societal life and a penetration of media in all forms of sociality, provides a number of conditions leading to an increase of the role of “empty forms” (including creativity based on “ready-to-use” empty forms considered as “vacuums waiting to be filled”). Panmediatization makes possible “the cultural nomadism” as a rambling from one empty form to another one. Panmediatization creates a “cultural nomadism” that consists of rambling from one empty form to another. One can see how the panmediatized communication field organizes this rambling: any “cultural nomad”, or rambler, is provided an opportunity to create new senses and new objects in the virtually endless and timeless space of this field. The technical aspect nature of this field generates the phenomenon of media aesthetics – the process of never-ending creative activity and consumption and evaluation of its results, where the aesthetic judgement is embodied in the technical procedures of the panmediatized communication field (i.e. “likes” or “sharing” of social media).

¹ The publication has been support by Russian Science Foundation (project No. 16-18-02032).

1. Введение

В настоящей статье предлагается обзор исследовательских взглядов на проблему «пустой формы». Актуальность пустых форм в коммуникации возрастает в связи с дальнейшей экспансией цифровой культуры, однако изучение этого явления затруднено излишней фрагментацией научного сообщества и недостаточной плодотворностью междисциплинарных исследований, о чем пишет А. Киклевич, отмечая герметизм и парадигмальную «затерянность» современного польского и российского языкознания (Киклевич 2016). Между тем рассмотрение пустых форм сквозь оптику философии, социологии, искусствоведения, коммуникативистики, культурологии и новой материальности открывает широкие перспективы перед лингвистически ориентированными исследованиями современной коммуникации, которая все более высвобождается из-под власти текста и собственно языка как фонетического письма.

2. Философия «пустой формы»: от Аристотеля до Латура

Пустая форма – оксюморон, поскольку если есть форма, то это форма чего-то. Гилеморфическая модель (форма есть осуществление потенции, заключенной в материи), разработанная Аристотелем в «Физике», напрямую наследуется диалектиками (содержание всегда облечено в форму, которая и есть осуществление содержания). Однако в случае формовки этот оксюморон овеществляется и становится вполне логичной конструкцией – хотя сама форма и материальна, эта материальность носит вспомогательный характер, она не самодостаточна, а осуществляется в функции, позволяя придавать определенный вид какому-то чужеродному материалу, помещаемому в эту пустую форму. Ее для этого и создали – для формовки аморфного.

Ж. Бодрийяр, рассуждая о форме вещей новой технической эры, отмечает такой эффект, как их отчуждение от человека – растущее по мере роста функциональности вещи, утраты ею «артефактичности». При этом сам человек, окруженный функциональными вещами, «оказывается дисфункционален, иррационально-субъективен; отныне он – пустая форма, открытая для любых функциональных мифов и любых фантазматических проекций, связанных с оглушительной эффективностью внешнего мира» (Бодрийяр 2001, 65). Человек сам превращается в «проекцию» окружающих его вещей – он не «властелин мира», а следствие технической среды. Но – продолжая

мысль Ж. Симондона о взаимодействии формы и материи², позволяющем высвободить форму от материи, узреть ее самодостаточность – мы возвращаемся и к значимости бодрийяровского «пустоформного» человека (он, взаимодействуя со средой, обретает значение, «наполняется» смыслами). К подобным заключениям приходит и Квентин Мейясу, рассуждая о «пустом знаке» (или «бессмысловом знаке») как основе математизации природного мира, начатой с эпохи Галилея (Meillassoux 2012). Размышляя об объяснительной силе пустого знака, Мейясу говорит об онтологии таких бессмысловых полей (то есть их неизбежной «натурализации»).

Б. Латур в его трактате «Нового времени не было» подвергает критике «империю знаков» (период расцвета семиотики, семиологии, «лингвистического поворота»):

Здесь первенство принадлежит означающему, а означаемое движется вокруг него, будучи лишено каких бы то ни было привилегий. Текст становится первичным, а то, что он выражает, или то, что он передает, оказывается вторичным. Говорящие субъекты превращаются в многочисленные фикции, порожденные эффектами смысла; что касается автора, то он не более чем артефакт своего же собственного письма (Латур 2006, 130).

С точки зрения «новой материальности» Латура и его последователей, единственный плодотворный путь к познанию мира – это описание сетей взаимодействия акторов, к которым должны быть отнесены и люди, и «не-человеки» (non-human). При этом Латур сближается с позицией критикуемой им точки зрения именно в вопросе материальности:

Пути продвижения фактов могут быть так же легко прослежены, как пути железных дорог или телефонные линии, благодаря той материализации духа, которую допускают мыслящие машины и компьютеры. Когда информация измеряется в байтах и бодах, когда мы становимся подписчиками банка данных, когда можно подключить или отключить раскинутую в пространстве умную компьютерную сеть, то становится все сложнее по-прежнему представлять универсальное мышление в виде духа, носящегося над водами (Латур 2006, 197).

Анализ Латура нацелен на обнаружение причин, следствий и самой процессуальности медиации – описания делегирования связей и отношений, вербальное «облачение» этого делегирования, за которым вскрывается суть общественного устройства как бесконечного синтеза гибридов (природного, социального, дискурсивного), заполняющего «пустующий центр».

² «Нужно суметь проникнуть в литейную форму с глиной, сделаться одновременно формой и глиной, прожить и прочувствовать общую для них операцию, чтобы смочь помыслить принятие формы само по себе» (Симондон 2011).

Эти размышления важны для всякого исследования медиаэстетики – поскольку позволяют обнаружить ее материальную основу (а для нашей статьи особенно значим симбиоз «пустой формы», «эстетизации» и «материальности» в панмедиатизированном пространстве). Собственно, «новое материальное» для Латура – как он говорит в своем эссе «Извините, вы не могли бы вернуть нам материализм?» (более точный перевод – «наш материализм») – это «материальный материализм» в противовес материализму «идеальному», а именно – вещи в их сборке, в связях, в которых они существуют (осуществляются). Единственный верный путь к постижению действительности и есть внимательное наблюдение за этими связями, их обнаружение и фиксирование. Однако – что и объясняет наш интерес к размышлениям философа о «материализме» – существенным концептом в теории Латура является плазма – несобранная часть социального (в том расширительном акторно-сетевом понимании самого термина «социальное», что предлагает Латур).

Латуровская плазма вполне может рассматриваться как эквивалент «пустого места» (хотя его определение ближе к аристотелевой материи, обладающей потенцией осуществления). Но именно неопределенная материальность «пустого» и есть эквивалент литейной формы, о которой говорит Симондон (вслед за Аристотелем).

3. Эйдос без контекста и рама без картины

Словом «эйдос» Аристотель (переиначивая платоновскую «идею») как раз и обозначает форму. Постижение эйдоса и есть постижение вещи, ее сути. При этом эйдос – это действие над материей, воля к осуществлению ее потенциалов. В лингвистической теории обнаруживаем интересную интерпретацию этого понятия – «лексический эйдос»:

Если мы освободим семантику слова от специфических характеристик, то можно говорить об абсолютно пустой форме «чего-то в общем», «формы в общем». Именно это мы называем эйдосом слова. Лексический эйдос формируется как результат множества манифестаций контекстуальных значений (Pesina/Kostina 2015, 34).

«Извлечение» из слова лексического эйдоса есть действие, направленное на генерализацию его значения, что представляет собой опустошение – остается пустая форма, оболочка, которая предопределяет содержание в самом общем смысле. Это актуализация слова вне контекста – как сумма всех возможных контекстов. И тем не менее в этой пустой форме есть своя

специфика, уникальность, которая позволяет носителю языка «чувствовать», что можно «сделать» с таким словом. Мы могли бы продолжить мысль Песиной и Костиной и предложить дальнейшие пути генерализации (опустошения): например, в сленге можно обнаружить актуализацию лексических эйдосов – независимо от узального значения слову в контексте может быть присвоено новое значение, но оно оказывается «упаковано» в эйдос, предусмотрено им. О пустой форме в том же значении говорит У. Блум в исследованиях детской речи (Bloom 1973); эту идею развивает далее Л. Леонард (Leonard 1975). Об эйдосе пустых форм рассуждает М. Рейнгольд применительно к архитектуре (философия «пустой формы») перетекает в социальную политику:

При глобальном капитализме смысл и полезность (не говоря уже об “опыте”) являются концептуально пустыми категориями – они остаются скрытыми в сентиментальных попытках чествовать «новизну» как самоценность, постоянно стремясь к новым значениям, новым способам пользования, новым технологиям или новому опыту (Reinhold 2008, 18).

Здесь уместно привести размышления В. Кандинского о пустых формах в живописи – для художника, считающегося во всем мире главным теоретиком абстрактного искусства, абстракционизм и был пустой формой, освобождающей картину от фигуративности, а цвет – от вспомогательных функций имитации реальности: «Для того чтобы свет раскрылся, необходимо освободить его от реальной формы» (Kandinsky 2007, 311). Г. Фридель замечает о поэтическом наследии Кандинского: «В некоторых своих «поэмах» Кандинский не учитывал значения слов, наслаждаясь чувственностью звуков и звучанием слов и слогов» (Фридель 2009, 24). Это выход к цветовому эйдосу – но одновременно и создание новой «рамы» для цвета и звука. Например, Кандинский замечает: «Светло-красный – вызывает ощущение силы, энергии, устремленности, решительности, радости, триумфа (шумного) и т. д. Музыкально он напоминает звучание фанфар с призвуком трубы. / Цвет человеческого тела» (Kandinsky 2007, 256). Цвет свободен от фигуративности, он перестает быть посредником (вспомогательным инструментом), он сам обретает значение (в определенном смысле, эйдос цвета – рама, определяющая смысловую тональность изображения). Искусство ищет такие формы, где оно становится самим собой – и старый тезис «искусство для искусства» обретает новое дыхание: если искусство станет посредником-транслятором какой-либо формы мимесиса, то оно утратит свою суть и умрет.

Применительно к искусству словесности интересные наблюдения находим в статье А. Блюмбаума о «Восковой персоне» Ю. Тынянова. Исследователь полемизирует с критическим и скептическим мнением Л. Гинзбург об этом произведении:

Гинзбург вводит довольно жесткое противопоставление «полноты» «содержания», некоего постоянного референта исторической прозы, и «формы», пустого «упаковочного материала» приемов: литература и история ставятся в отношения означаемого / означающего, которые в случае «Восковой персоны» оказываются роковым образом оторванными друг от друга. Приписывая «форме» исключительно инструментальный, вспомогательный характер по отношению к истории / содержанию, Гинзбург как бы перечеркивает специфичность литературной семантики и автономность литературы, легитимность ее обращенности на себя и свои собственные «способы производства», направленность литературной речи на собственные «орудия», если воспользоваться словом Мандельштама (Блюмбаум 2001, 133).

Для Блюмбаума важно вскрыть свободу Тынянова от «обязательности исторического содержания», показать его работу с возможностями слова как самодостаточной стихии искусства словесности – и в этом мастерство Тынянова-прозаика конгруэнтно мастерству Кандинского-художника.

Можно вспомнить и «борьбу» Батюшкова за эстетизацию русского языка (поэт тщательно очищал свои стихи от слов, в которых встречались, по его мнению, вульгарные, грубые, неэстетичные звукосочетания), и слова О. Э. Мандельштама из письма Н. С. Тихонову от 31 декабря 1936 года о стихотворении «Отчего все неудачи»:

В этой вещи я очень скромными средствами при помощи буквы «ща» и еще кое-чего сделал (материальный) кусок золота. Язык русский на чудеса способен, лишь бы ему стих повиновался, учился у него и смело с ним боролся (цит. по: Успенский 2014, 8).

Успенский говорит об «иконической поэтике» – когда эйдос слова вымещает смысл, точнее, замещает его.

Образ «рамы (без) картины» из статьи Г. Зиммеля помогает рассмотреть другую сторону пустой формы – это способ извлечения из текущей действительности отдельного фрагмента, остановки вечно меняющегося пространства и времени. Вот почему сама рама становится объектом пристального внимания: «Границы в природе – это лишь место непрерывных экзосмосов и эндосмосов со всем, находящимся по ту сторону, а для произведения искусства – это та абсолютная замкнутость, которая в одном акте соединяет направленные вовне безразличие и оборону и направленное вовнутрь унифицирующее объединение. Рама картины в свою очередь символизирует и усиливает эту двойственную функцию его границ. Она отделяет его от всего окружающего и, следовательно, от зрителя, помогая тем самым установить дистанцию, благодаря которой только и возможно эстетическое наслаждение».

Зиммель проводит параллель с социальностью мира – двойственная функция рамы оказывается аналогом сложного взаимодействия индивидуума («бытие-в-себе») и общества. Это сопоставление может быть основой рассуждения о раме как пустой форме – она одновременно самодостаточна (наполнена) и пуста – открыта для наполнения. Именно эта двойственность пустой формы и актуализируется в панмедиатизированном культурном пространстве. Рама есть материальная основа превращения картины в остров – по словам того же Зиммеля. Он прибегает к скрытой отсылке к дарвиновскому концепту естественного отбора – рама есть способ выживания произведения искусства среди множества конкурирующих за внимание взгляда предметов и явлений:

[...] Становится понятной давно оправдавшая себя практика вставлять маленькую картину в широкую [...] более энергично воздействующую раму. Ибо опасность затеряться в непосредственном окружении и недостаточно самостоятельно выступить против него должна быть встречена более сильными средствами изоляции, чем это требуется для очень большой картины, которая сама по себе уже заполняет значительную часть зрительного поля. И поскольку последней нет нужды опасаться конкуренции со стороны окружения для самостоятельной значимости производимого ею впечатления, ее отграниченность рамой может быть минимальной (Зиммель 2006, 51).

Рама картины, по Зиммелю, – это именно функциональная вещь. Однако из подзаголовка его статьи («эстетический опыт») и внимательного рассматривания материала, конфигурации и орнамента рамы вытекает мысль о самодостаточности рамы как эстетического объекта. Мы могли бы говорить об эйдосе рамы – она есть воплощение шаблона, берущего на себя задачу смыслопроизводства.

4. Панмедиатизация: базовая логика действительности становится прозрачной

Смена хорошо разработанного концепта «медиатизации» понятием «панмедиатизации» диктуется не только стремительным развитием самих медиа (их мобильных форм и социальных платформ), но и новым витком развития философии. Хотя Дж. Ло, Э. Руперт и М. Савадж – ближайшие сторонники идей Б. Латура – замечают, что всеобщая дигитализация («оцифровка действительности») должна рассматриваться как следствие (и одновременно фактор) всеобщих связей, где актором может быть природное, человеческое, техническое, цифровое, влияя на методы социальных наук, и не использует

понятие медиатизации совсем (а тем более понятие памедиатизации), тезис о вездесущности медиа оказывается в центре их рассуждений. Они не подвергают этот тезис никаким вопрошаниям, изначально принимая его как данность. Оцифровка действительности, с точки зрения Ло, ведет к следующим серьезным последствиям в исследовании мира: теперь исследователь имеет дело с непрерывно меняющимся ландшафтом действий, который ранее выглядел как сопоставление «данных такого-то года», а теперь может браться в расчет как постоянно отслеживаемый ритм дыхания масс; при этом основной принцип прежней социологии («выборка») подменяется принципом анализа генеральной совокупности; возникает возможность новой фрагментации общества – вплоть до индивида, который с помощью цифровых анализаторов предстает как монада общего цифрового действия; при этом такие методы, как опросы и интервью, уходят в прошлое вместе со своим несовершенством (постоянной угрозой «фальшивых» ответов, не отражающих истинной ситуации); мы больше не нуждаемся в экспертах – специалистах по социологическим опросам, на смену им приходят эксперты-инженеры, специалисты программного обеспечения, другими словами – «сервисеры» медиа, которые в настоящем времени реорганизуют социальное пространство.

Если теория медиатизации (Hjarvard 2008; Strömback 2008; Непп/Krotz 2014; Livingstone/Lunt 2014) представляла собой переходный конструкт для характеристики общества, движущегося от стадии хабермасовой публичной сферы (формируемой в том числе с помощью СМИ – автономных институциональных площадок, призванных артикулировать и вербализировать общественные проблемы) к обществу свободной разнонаправленной коммуникации, стимулирующему (и заставляющему) все социальные институты принимать логику масс-медиа как базовую (см. подробнее: Ярская-Смирнова /Романов 2013), то теория панмедиатизации переводит нас на принципиально иной уровень осмысления происходящих процессов. Прежде всего, актуализируется принцип, сформулированный М. Дезом, о тотальном распространении медиа как основе исчезновения медиа совсем (превращения их в «атмосферу», окружающее пространство, их вездесущность и неосязаемость, см. Deuze 2014). При этом принцип трансфера «логики масс-медиа» на все формы общественной жизни трансформируется, поскольку из логики СМИ (в институционально-традиционном виде) превращается в логику Web 2.0, характеризующуюся, по словам Х. ван Дика и Т. Поэлла, четырьмя главными особенностями: программируемостью (programmability), популярностью (popularity), связностью (connectivity) и упакованностью данных (datafication) (Van Dijck/Poell 2013). Панмедиатизация, вначале проявившаяся на уровне экстенсивности как проникновение в сферы, ранее закрытые для публичного рассматривания и обсуждения (Загидуллина 2016), в настоящее время переживает период интенсификации, усложняя и разветвляя (медиа)

опосредованные связи между актерами и внедряя логику 2.0 повсеместно: от негласных правил субкультурных групп и отдельных страт, включая поведение дошкольников, до правительственных действий и стратегий.

Именно панмедиатизация и становится средой (субстратом) развития и гегемонии пустых форм. Четыре (технических) принципа, лежащие в ее основе, предполагают парадоксальную комбинацию противонаправленных характеристик: программируемость задает гегемонию протокола и – как следствие – шаблонизацию и «пустоформальные» протоколы, бланки, формы, а популярность требует уникальности, новизны, креативности, нарушения горизонта ожидания; «датафикация» (в узком смысле слова – постоянная опора разделяемой информации на большие данные, а в широком – фиксирование коммуникации, создание бесконечных по глубине архивов данных) открывает возможность как черпания информации в прошлом, так и проверки появляющихся высказываний, мнений, фактов на их истинность/мнимость, уникальность/заимствованность, а связность требует разделения информации с другими (и тем самым создает условия для умножения сущностей, создания информационных «хайпов», постоянного реплицирования уже существующих в сети данных). Но эти противоречия прекрасно уживаются и образуют каркас панмедиатизированной действительности: логика Web 2.0 проникает во все сферы жизни, стимулирует, провоцирует и оформляет творческую потенцию самого разного свойства. Именно так и обеспечивается торжество пустых форм: известное выражение М. Маклюэна (2003) «средство сообщения само есть сообщение» (оксюморон “the medium is the message”) обретает новый смысл, поскольку мы можем усматривать в нем не философию техники, а идеологию пустоты как вакуума, провоцирующего свое заполнение. А. Киклевич, анализируя функционирование стереотипов как «когнитивного фольклора», вводит понятие прецедентного коммуникативного контекста («речь идет о таких коммуникативных ситуациях (обычно с участием СМИ), в которых актуализируются определенные представления о мире и убеждения членов некоторой культурно маркированной социальной группы» – Киклевич 2009, 105). В ситуации панмедиатизации прецедентный коммуникативный контекст (как все та же рама без картины или пустая форма) начинает оформляться не за счет СМИ, а благодаря мгновенной, стройной, фиксируемой передаче оцифрованной информации большими массами людей, неорганизованных никакими другими способами, кроме социальных сетей и Интернета. Если в случае с масс-медиа «старого типа» (имеющих редакцию и редакционную политику) мы могли говорить о грубых манипуляциях, то в случае с социальными медиа возникают новые типы ансамблей мнений, конструктивное управление которыми прежними способами становится все менее возможным: когнитивный фольклор работает как скоморох.

Панмедиатизация как глобальный феномен (Интернет и социальные сети сегодня охватывают значительную часть населения планеты) становится возможной благодаря техническому ландшафту, который складывается повсеместно, преодолевая местные особенности и национальную специфику. Однако первичность технических условий очевидна: вначале развивается коммуникационное поле и способ сообщения акторов между собой, а потом получают возможность осуществляться все остальные аспекты деятельности, в том числе и языковые, и социальные.

5. Культурный номадизм: перетекание в пустые формы

Образ номада, скитающегося по одинаковым, как близнецы-братья, городам в поисках острых ощущений и впечатлений, создан Ж. Аттали в его книге «На пороге нового тысячелетия». Рассуждая о бурном развитии технологий, Аттали говорит о стремлении изобретателей угадать и воплотить скрытые желания потребителей. В конце XX века таким скрытым желанием становится тяга к номадизму – скитальчеству, путешествиям. И техноландшафт начинает жить по законам «номадических предметов» – все становится портативным, компактным, легким, носимым. Аттали прекрасно предвидит технологический виток (например, «носимые гаджеты» и «интернет вещей» – Аттали, 1993). Но его метафора «номадических орд нового тысячелетия» полезна как инструмент, помогающий обнаружить и культурные механизмы.

Здесь вполне уместно понятие «культурного номадизма» применительно к рассматриваемому в этой статье понятию «пустой формы»: пустые формы (или материализованные эйдосы объектов) создают технические условия номадизма, миграции культурных смыслов. Д. Кэмпбелл в «Тысячеликом герое» говорит об этом механизме применительно к искусству слова: он ищет эйдос эпосов, обнаруживая две ключевые пустые формы: сотворение мира и становление героя (личности). Литературные сюжеты «кочуют» от одной формы к другой, обретая тысячи лиц, но оставаясь сюжетами о том же самом (Кэмпбелл 2016). При этом читатели не устают читать все новые истории, наполняющие эти пустые формы. И даже напротив, читатели потому и читают, что обладают пустой формой, заключают ее в себе, как готовую матрицу, структурирующую элементы в определенном порядке. Механизмы культурного номадизма помогают обнаружить в бесчисленном количестве культурных явлений упорядоченность и логику, космос смыслообретения.

Однако сам принцип скитальчества предопределен утратой важного компонента – телеологии, направленности, цели. Путешественник совершает свое движение от одного пункта к другому всегда по кругу, возвращаясь домой.

Путешествие есть осуществление желания, поэтому оно не обязательно. Странник или скиталец движется по той причине, что не может оставаться на прежнем месте, его гонит нужда, потребности, элементарная задача выжить. Скитальчество всегда есть осуществление необходимости, часто против желания самого скитальца. Продолжая эту мысль применительно к культурному номадизму, мы можем сказать о неизбежности, предопределенности перетекания культурных смыслов из одной пустой формы в другую – культура не может существовать в застывшей форме, оставаться в неизменной позиции вечно. Дистанцированные от нас во времени культурные объекты, когда-то созданные как заполнение пустой формы, наполняются новыми смыслами и реинтерпретируются современной культурой, превращаясь в пустые формы и провоцируя эти новые интерпретации. Таким образом, постоянен процесс переозначивания форм и смыслов, их взаимосвязанности, когда один и тот же сюжет реализуется в совершенно разных смысловых координатах, наполнив собой разные пустые формы, и когда в одну и ту же пустую форму перетекают разные сюжеты.

Для современной ситуации, когда панмедиагизация устанавливает свои законы функционирования социума, культуры, природы, техники, культурный номадизм может рассматриваться как основа медиаэстетики пустых форм: это его материализация, овеществление.

6. Медиаэстетика: к вопросу о материальности оцифрованного мира

Вопрос о медиаэстетике возникает в связи с основными вызовами панмедиагизации и постлингвистическим поворотом: если вся коммуникация перемещается в медиа (социальные сети и разные формы коммунарно-ориентированных мобильных, игровых приложений и тому подобных платформ), представляющие собой бесконечно обновляющиеся системы инструментов, стимулирующих и провоцирующих новые формы креативной коммуникации, то не исчезает ли собственно пространство искусства, отграниченного от обыденности и выгороженного из ежедневности, не станет ли и оно лишь одним из элементов коммуникации на тех же платформах? Например, пользователи постят репродукцию Джоконды и ставят лайки под ее изображением; собственно оригинал, физически находящийся в Лувре, подменяется его виртуальной, цифровой копией. Это явление эстетического, медиаэстетического или коммуникационного порядка? В свою очередь, постлингвистический поворот, философски отмеченный Б. Латуром, предполагает не только кризис фонетического письма (и вместе с ним – текста как такового, в его привычно-«книжном» понимании; об этом подробно также: Маклюэн 2003),

но и собственно кризис интерпретационного (исследовательского, критического, экспертного) дискурсов. Изображение, наступление которого на заре всеобщей сетевизации воспринималось в наивно-реалистических категориях «нового варварства», требует трансформации языка, его анализирующего, все более разворачивая исследователей к союзу с биологией перцепции. И именно этот вызов рациональности со стороны сенсорики и позволяет говорить о материальности медиаэстетики – это движение эстетики в сторону перезагрузки ее базовых категорий применительно к цифровой среде.

Плодотворным кажется нам подход А. Мюнстер в ее книге «Материализуя новые медиа: воплощение в информационной эстетике» (Munster 2011). Исследовательница опирается на анализ барокко через концепт «складки» у Лейбница (вслед за Делезом). В барочном искусстве правильнее видеть не классические эстетические категории, а процессы: становление, разрушение, смешивание, переходы, и при этом суть не в самих процессах (не они объект наблюдения), а в ощущениях, эмоциях, сенсорике, возникающих при встрече этих процессов с воспринимающим сознанием. В свою очередь, эти ощущения и эмоции и есть главный материал барокко, стремящегося их материализовать в разных искусствах. Если В. Живов замечает, что «эстетика барокко становится энигматичной; энигматичность, как и другие черты барочной культуры, подчеркивается и сознательно культивируется. Читатель (или зритель) как бы вовлекается в творческий процесс, его восприятие намеренно активизируется» (Живов 2007, 13), то Мюнстер указывает на эстетизацию и технологичность этой энигматичности:

Эстетика [новых медиа] как барочное событие скорее процессуальна, чем категориальна и артикулируется как различные состояния восприятия и ощущений... эти состояния неотделимы от социального и технического контекста. Более того, эстетика в современной культуре не может возвышаться над техническим [machine] и оставаться неколебимой этим техническим; именно техническое и есть в самом сокровенном смысле организатор наших непосредственных ощущений (Munster 2011, 151).

Этико-эстетическая парадигма информации (Munster 2011, 150 ссл.) или (шире) современной коммуникации – это попытка теоретизировать феномен мгновенной этической оценки эстетического впечатления в категориях *прекрасного / безобразного* как *хорошего / плохого* или в категориях вкуса (так, исследователи говорят о 50 миллисекундах, в течение которых потребитель информации дает вкусовую оценку страницы сайта в Интернете – см. Lindgaard/Fernandes/Dudek et al. 2006). Таким образом, в оценочный комплекс включаются самые разные факторы, среди которых и «первый взгляд» на страницу с оцифрованной информацией (объектом). Это материальная

сторона эстетики – материя, воспринимаемая органами чувств, декодируется на уровне вкуса и переводится на уровень оценки. Если учесть, что оцифровка позволяет дизайнеру, производителю высказывания использовать симультанно несколько видов медиа, совмещая их в рамках одного послания/объекта, то категория «первого взгляда» и эстетической (материальной, вкусовой) оценки становится в виртуальных коммуникациях особенно значимой.

Возвращаясь к теме пустой формы, отметим, что медиаэстетика реализуется как наполнение пустых форм гибридным содержанием – каждый раз новым и одновременно соответствующим предлагаемым техническим шаблонам. Понятие технического, машинного, инструментального включаются не только в производство эстетических объектов, но и в процесс их потребления. Яркий пример культурного номадизма и материальности пустых форм – интернет-мем. Если Л. Шифман в своей монографии выявляет три конституирующих определение интернет-мема позиции («это а) группы оцифрованных единств, обладающие общими формальными, содержательными и (или) позиционными характеристиками, которые б) создавались с расчетом друг на друга и в) были распространены, скопированы и (или) трансформированы в Интернете многими пользователями» – Shifman 2014, 41), то П. Варис и Дж. Блуммаэрт отмечают именно «пустоту» интернет-мема (как и интернет-коммуникации в целом), говоря о фатической функции как доминирующей (сам процесс нажатия кнопок «нравится» и «поделиться» относится к числу фатических действий, несущих эмблематическое значение соучастия, а не смыслового погружения в контент, которым пользователь делится или который отмечает как понравившийся – Varis, Bloomaert 2015). В статье Варис и Блуммаэрта предлагается также смотреть на создание и распространение мемов как на процесс, не касающийся понимания, рассматривания, погружения в их содержание, – это такое же действие, как “лайк”, и оно имеет своим назначением исключительно сообщение о дружелюбии, в конечном итоге, и создающем социальную группу в интернет-пространстве. Медиаэстетический компонент в меме работает как материальная основа этой фатической коммуникации, позволяющая различать своих и чужих, друзей и врагов.

7. Заключение

В настоящей статье предпринята попытка кросс-дисциплинарного анализа такого феномена, как пустая форма, применительно к современной коммуникации и ее виртуальным формам. Ячейка, соты, сети – все эти технико-инженерные понятия в философской перспективе могут быть рассмотрены

именно в логике пустых форм, обеспечивающих свое наполнение самим фактом своего существования. С этой точки зрения культурные паттерны предстают в виде номадических сущностей, перетекающих из одной формы в другую, создавая сети и связи не самих своих субстанций, но этих переходов и перетеканий. Пустая форма есть одновременно материализация коммуникации и ее обещание. Панмедиагизированная коммуникация представляет собой материально-технически обусловленную систему взаимодействий, где сама эта «техническая экипировка» задает формы и границы эстетических качеств информационного обмена. Пустые формы как шаблоны для творческой активности одновременно становятся своеобразными «правилами коммуникации». «Культурный номадизм» при этом может быть рассмотрен и как скитальчество от одной пустой формы до другой самого создателя новых смыслов и эстетически значимых объектов, так и потребителя таких смыслов, чье внимание организовано знанием и пониманием пустых форм.

Библиография

- Аттали, Ж. (1993), На пороге нового тысячелетия. Москва.
- Блюмбаум, А. (2001), Конструкция мнимости: К поэтике «Восковой персоны» Ю. Тынянова. В: Новое литературное обозрение. 1 (47), 132–171.
- Бодрийяр, Ж. (2001), Система вещей. Москва.
- Живов, В. (2007), К типологии барокко в русской литературе XVII – начала XVIII в. В: Человек в культуре русского барокко. Москва, 11–31.
- Загидуллина, М. В. (2016), Ключевые черты медиаэстетики: ментально-языковые трансформации. В: Челябинский гуманитарий. 2 (35), 46–54.
- Зиммель, Г. (2006), Рама картины. Эстетический опыт. В: Социология вещей. Москва, 48–53.
- Киклевич, А. (2009), Стереотипы в структуре межкультурной коммуникации. В: Шайдулов, В./Киклевич, А. (ред.), Стереотипы и национальные системы ценностей в межкультурной коммуникации. Санкт-Петербург/Ольштын, 100–116.
- Киклевич, А. (2016), Современное польское и русское языкознание в свете социологии науки. В: Przegląd Wschodnioeuropejski. VII/2, 269–279.
- Кэмпбелл, Д. (2016), Тысячеликий герой. Москва.
- Латур, Б. (2006), Нового Времени не было. Эссе по симметричной антропологии. Санкт-Петербург.
- Латур, Б. (2014), Извините, вы не могли бы вернуть нам материализм? В: Логос. 4 (100), 265–274.
- Маклюэн, М. (2003), Постижение медиа: внешние расширения человека. Москва.
- Ярская-Смирнова, Е. Р./Романов, П. В. (ред.) (2013), Публичная сфера: теория, методология, кейс-стадии. Москва.
- Симондон, Ж. (2011), О способе существования технических объектов. В: Транслит: альманах. 9, 94–105.
- Успенский, Ф. Б. (2014), Работы о языке и поэтике Осипа Мандельштама: «Соподчиненность порыва и текста». Москва.
- Фридель, Г. (2009), Открытие абстракции. В: Фридель, Г./Хоберг, А. (ред.), Василий Кандинский. Москва, 21–27.
- BLOOM, U. (1973), One Word at a Time. New York.
- DEUZE, M. (2014), Media Life and the Mediatization of the Lifeworld. В: Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age. London, 207–220.

- HEPP, A./KROTZ, F. (Eds.) (2014), *Mediatized Worlds: Culture and Society in a Media Age*. London.
- HJARVARD, S. (2008), The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change. B: *Nordicom Review*. 29 (2), 105–134.
- KANDINSKY, W. (2007), *Die gesammelten Schriften, 1889–1916*. München.
- LEONARD, L. B. (1975), On differentiating syntactic and semantic features in emerging grammars: evidence from empty form usage. B: *Journal of Psycholinguistic Research*. 4 (4), 357–364.
- LINDGAARD, G./FERNANDES G./DUDEK, C. et al. (2006), Attention web designers: You have 50 milliseconds to make a good first impression! B: *Behaviour & Information Technology*. 25 (2), March–April, 115–126.
- LIVINGSTONE, S./LUNT, P. (2014), Mediatization: an emerging paradigm for media and communication studies. B: Lundby, K. (Ed.), *Mediatization of Communication. Handbooks of Communication Science* (21). Berlin, , 703-724.
- MEILLASSOUX, Q. (2012), *Iteration, Reiteration, Repetition: A Speculative Analysis of the Meaningless Sign*. Freie Universität, Berlin, Robin Mackay, translator. URL: <http://www.spekulative-poetik.de/buch-reihe.html> (access 12.07.2017).
- MUNSTER, A. (2011), *Materializing New Media: Embodiment in Information Aesthetics*. New York.
- PESINA, S./KOSTINA, N. (2015), Eidetic analysis in Phenomenology as Try to Solve Polysemy Problem. B: 2nd Global Conference on Linguistics and Foreign Language Teaching, LINELT-2014. Dubai, 33–37.
- REINHOLD, M. (2008), Empty Form (Six Observations). B: *Log*. 11 (Winter), 15–21.
- RUPPERT, E./LAW, J./SAVAGE, M. (2013), Reassembling social science methods: the challenge of digital devices. In: *Theory, Culture & Society*. 30 (4), 22–46.
- SHIFMAN, L. (2014), *Memes in Digital Culture*. Cambridge.
- STRÓMBACK, J. (2008), Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. B: *Press/Politics*. 13 (3), 228–246.
- VAN DIJCK, J./POELL, T. (2013), Understanding social media logic. B: *Media and Communication*. 1 (1), 2–14.
- VARIS, P./BLOMMAERT, J. (2015), Conviviality and collectives on social media: Virality, memes, and new social structures. B: *Multilingual Margins*. 2 (1), 31–45.

