

Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

| Кино как опыт извергнутых медиа / Cinema as an experience of “erupted” media |

Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

*Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, Россия  
Институт бизнес-коммуникаций, Кафедра рекламы и связи с общественностью  
Доцент, кандидат философских наук*

*St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Russia  
Associate Professor, PhD in Philosophy  
michail.stepanov@gmail.com*

## КИНО КАК ОПЫТ ИЗВЕРГНУТЫХ МЕДИА

В статье предлагается рассмотреть кино в перспективе археологии медиа. Кино как один из культурных нарративов, способно не только рассказать истории социальной жизни, быть культурной хроникой, но и выявить устройство мира и его культурно-медиаальную организацию. Медиаархеология, с её гнетущим стремлением к заброшенному и устаревшему техническому устройству, иногда может принимать вид некрофильской страсти к контакту с мертвым, вид фетишизации несовременного и диовинного. Между тем, в приложении к кино, своим вниманием к нарративам, телесности, социально-технологическому барометру, она позволяет вскрыть/ИЗВЕРГНУТЬ доминантные медиа популярной культуры определенной эпохи, выявить скоротечные «новые» и «старые» медиа, их укорененность в человеческой телесности.

Слово «изверг» изначально означает отверженного, выброшенного откуда либо человека; устоявшееся современное значение – злой, жестокий человек, мучитель, монстр. Я именую извергнутыми медиа знаковых персонажей популярной культуры. Извергнутые медиа есть проникновение в популярную культуру определенных феноменов, связанных с новыми средствами коммуникации, общим изменением медиакультуры. В данной статье речь пойдет о кинематографических фигурах ужаса, несущих смерть, и их медиаальной природе.

**Ключевые слова:** кино, медиа, медиаархеология, деавтономия медиа, монстр, монстрология, вампир, Дракула, Франкенштейн, популярная культура, извергнутые медиа.

## CINEMA AS AN EXPERIENCE OF “ERUPTED” MEDIA

The article considers cinema in the media archeology perspective. Cinema as one of the cultural narratives can not only tell stories of social life but also reveal the structure of the world and its cultural and medial organization. Media archeology, with its oppressive desire for abandoned and outdated technological devices, sometimes takes the form of necrophilic passion for contact with the dead and old-fashioned kind of fetishization. Movies with their attention to the narratives play the role of social and technological barometer. It allows to open / erupt the dominant media of popular culture of a certain age to identify short-lived “new” and “old” media.

In Russian language “izverg” means “monster”. Originally “izverg” means the being erupted, outcast, thrown from a human world. I refer to the erupted media as the iconic characters of popular culture. Eruption of media is the kind of communication in popular culture associated with the new means of media that change the culture. This article focuses on the cinematic horror their medial nature.

**Key words:** cinema, media, media archeology, disautonomy of media, monster, monstrology, vampire, Dracula, Frankenstein, popular culture, media erupted.



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

## 1. Кино

Что такое кино? Начало ответа на этот вопрос, пожалуй, сродни началу счета листьев на дереве. Сразу возникают вопросы: какое кино? Чье? Кто? Когда? Где? Осознавая сомнительность однозначного универсального ответа, попытаюсь предварительно определить кино как опыт, а именно опыт коллективного существования в мире. В этом опыте принято видеть формирование социальной реальности, – своего рода манипулирование социальным опытом, пропитку зрителей (зачастую пренебрежительно именуемых массами)<sup>1</sup> сюжетами, поведенческими моделями и политическими сообщениями, и одновременно – инверсивный процесс – формирование кинематографа снизу, запросами аудитории.

Мне представляется важным в трактовке кино как опыта обратить внимание на другой момент – не всегда проговоренные (то есть выведенные на первый план) элементы визуального нарратива. Кино прежде всего производит эмоции, пожалуй, в этом его главная функция. Естественно, это производство укоренено в социокультурном контексте, но не исчерпывается им. На протяжении своей истории человек разрабатывал медиальные технологии эмоционального погружения, которые время от времени сменяли друг друга, забывались, забрасывались, устаревали. Эти технологии осуществляли смены исторических и локальных форм чувственности, персонифицируя или локализуя точный эмоциональный выброс и телесную реакцию. В этом сложном сплетении человеческой физики, культурной динамики, технических средств и

<sup>1</sup> Теоретики кино как правило стесняются популярного жанрового кино, сторонятся массового зрителя, на которого направлено наше исследовательское внимание. Причины снобистского дистанцирования видятся мне в том, что популярный кинематограф, популярная культура в целом – это сложный многослойный материал. Материал в античном смысле *hyle* – сама материя, полная энергий. Это материальное кино находится в опасной (для теоретика) близости к повседневной культуре, с её динамичностью, неоднозначностью, вещественностью, с трудом поддающейся декодированию.

индивидуального опыта устанавливаются паттерны эмоциональных норм, закрепляемые своевременными «новыми» медиа.

## 2. Археология медиа

Палеонтологический поиск заброшенных медиа – прерогатива направления под названием «археология медиа», представляющего собой исследование медиакультур во взаимосвязи прошлого, настоящего и будущего, взаимосвязи материального и нематериального, человеческого и нечеловеческого. Она осуществляет работу по возвращению к жизни через наше воображение этих исчезнувших видов, поиску динамических моментов интенсивной деятельности по проектированию и освоению медиа, которые были в значительной степени проигнорированы в линейных историях.

Иными словами, археологию медиа можно представить с одной стороны как сугубо практическую позитивистскую деятельность по поиску и реконструкции технических устройств – «медиа», с другой стороны – как возвышенную аналитику логики и чувственности культуры сквозь призму этих устройств. Оба этих взгляда представляют неотъемлемую бинокулярную оптику археологии медиа<sup>2</sup>.

## 3. Медиаархеология кино

В нашем случае археология медиа, обращаясь к старым популярным фильмам, дает возможность увидеть историческое преобразование техники, культуры и нас самих. Так Томас Эльзессер предлагает новую историографическую модель исследования кинематографа как медиаархеологии, направленную на то, чтобы преодолеть сопротивление между «старыми» и «новыми» медиа и охватить всё поле аудио-визуального опыта, вновь переструктурировав его в соответствии с вызовами

<sup>2</sup> Подробнее: *Степанов М.А.* Элементы археологии медиа // Международный журнал исследований культуры. 1(14) 2014. С.92-99.



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

времени<sup>3</sup>. Оптика медиаархеологии не тождественна оптике теоретиков, историков и критиков кино, интерес которых может быть сведен к анализу формы и содержания фильма и соответствия их канонам жанра или прочтению фильма как социального послания и политического текста, что свойственно критической теории кино. Медиаархеология иногда может принимать вид некрофилической страсти к контакту с мертвым, фетишизмом несовременного и дикийвинного. Между тем в приложении к кино, она позволяет вскрыть доминантные медиа массовой культуры определенной эпохи, выявить «новые» и «старые медиа» и их укорененность в человеческой телесности. Средства коммуникации с миром, те, что ежедневно формулируют наше представление об окружающей реальности – навигаторы, новостные ленты агрегаторов и социальных сетей, – формируют и наши представления о мире, оказывают влияние на ментальные способности, ход мыслей и воображение. Эту связь между исторически «новыми» медиа, или точнее будет сказать «популярными/массовыми» медиа и человеческим сознанием не раз подчеркивали исследователи. Например, знаменитый текст о *Beeinflussungsapparat* (или англ. *influencing machine*) «машине влияния» Виктора Тауска<sup>4</sup> описывающий психотический образ болезни и параноидальность массового сознания, аппаратофилии начала XX века, с его патологической гонкой за новизной, новым видением, новым человеком, что сказывается на эмоциональном состоянии неустойчивой личности.

Медиаархеология показывает возможность исследования кино с точки зрения различных теорий, – теории оптики, физиологии зрения, психологии и других. Инструментальность данного под-

хода базируется на соединении прежде разделенных контекстов.

Выход за пределы собственно киноведческой проблематики, трансформаций сюжетов, их наследования в истории кино и художественных приемов, на более широкий уровень медиакультуры со вниманием к социо-технологическим давлениям, акциям и реакциям авторов, публики и индустрии, – собственно и составляет медиаархеологический подход к кино.

В современной массовой культуре, несмотря на наличие всевозможных новых цифровых медиа, кино остается «важнейшим из искусств», все медиа стремятся в кино, используются в киноиндустрии; культурные, социальные, политические продукты приобретают значимость через киноэкранизацию, кинорасследование и т.д. Компьютерные игры и комиксы, произведения классической литературы и бульварное чтиво одинаково страстно экранизируются или участвуют в жизни кино. По сути, кино является ведущим массовым культурным производством, в котором следует искать элементы/знаки/формы трансформации коллективной чувственности. «Новые» медиа вызывающие дисбаланс в восприятиях человека своим появлением, извергаются в кинематографе как доминирующей форме культурного производства. Это извержение снимает дисбаланс, приводя восприятия в новое состояние, адаптируя новые медиа к человеческой телесности.

#### 4. Эмоции, медиа и кино

Кино как медиа формирует иное искусственное пространство, воспринимаемое не на логическом уровне соединения цвета, света, образа и движения, а на чувственном, запуская эмоциональное погружение зрителя в фильм, улавливая чаяния, желания и страхи аудитории<sup>5</sup>. Медиа оказываются вписанными в культурную логику, чувственность и опыт. Культурные реалии и массовые

<sup>3</sup> См.: Elsaesser, Thomas *The New Film History as Media Archaeology*. / *Cinemas : revue d'études cinématographiques / Cinemas: Journal of Film Studies*, vol. 14, n° 2-3, 2004. P. 75-117.

<sup>4</sup> Tausk, V. *Beeinflussungsapparate: zur Psychoanalyse der Medien* / Victor Tausk .1. Aufl. Berlin : Semele-Verl. , 2008. 96 S.

<sup>5</sup> См.: Грау О. Эмоции и иммерсия: ключевые элементы визуальных исследований. / Пер. с нем. А. М. Гайсина. СПб.: Эйдос, 2013. 56 с.



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

желания включены в медиум кино не меньше, чем типы кинокамер и используемые форматы. Поэтому археология медиа не является историей техник, платформ и плёнок, но является одновременно и историей чувственности.

Кино с самого своего появления стало основным средством демонстрации эмоциональных и психических состояний человека, каким оно остается и по сей день. Жанровый кинематограф жидется на зрительском ожидании определенного рода эмоций, будь то гнев (боевик), тревога, страх (триллер) или ужас (хорор), любовь (мелодрама), радость, веселье (комедия) и т.д. Известный психолог Пол Экман доказал в своих исследованиях предположения Чарльза Дарвина относительно универсальности выражения эмоций у человека<sup>6</sup>. Дарвин ещё в XIX в. выделил неизменные базовые эмоции, присущие всем людям, независимо от принадлежности различным культурам – гнев, страх, отвращение, печаль и радость. Выражения лица, соответствующие этим эмоциям, люди узнают повсюду, даже в удаленных культурах, включая дописьменные народы Папуа-Новой Гвинеи, не подверженные влиянию кино и телевидения.

С одной стороны кино способно не только репрезентировать другие медиа, показывать их на экране, фантазировать о них, но также визуально осмысливать сущность актуальных медиа. Так, например, яркий образ монстра Дракулы-вампира трансформируется от фильма к фильму не столько по запросам общества, сколько по своей медиальной сути, демонстрируя трансформацию медиа, следовательно, чувственности зрительской аудитории.

Выбор мною фигуры монстра не случаен. Страх – одна из ключевых эмоций человека. Я предлагаю взглянуть на кино через «навязчивые идеи» кинематографа. Для чего многие люди ходят в кино? Чтобы получить наслаждение, ... наслаждение от страха. В каждой эпохе возникает свой монстр, который показывает ту современную си-

<sup>6</sup> Дарвин Ч., Экман П. О выражении эмоций у человека и животных. 4-е изд. – СПб.: Питер, 2013. – 320 с.: ил.

туацию, которую нужно переварить. Само слово «монстр» происходит от латинского monstrare – показывать. Метафорически в основании кино как «показывающего» медиа находится монстр – это вампир Дракула, нежить (UnDead как писал Б. Стокер) являющаяся в ночи, гипнотизирующая и соблазняющая, но не выдерживающая света (роман Б. Стокера Ф. Киттлер считал предтечей кинематографа, а самого Дракулу имманентным кинематографу<sup>8</sup>).

Сущность кино – в порождаемых им эмоциях, и основной и первой такой эмоцией является страх, граничащий с ужасом – то, что испытали первые зрители «Прибытия поезда на вокзал Ла Сиота» братьев Люмьер. Метафорически, поезд – сам медиум кино, «въезжающий» в зал, врывающийся в культуру и делающий её современной. Мастер слэшеров американский режиссер Брайен Де Пальма в одном интервью отметил, что «из всех киножанров хоррор ближе всего стоит к идее чистого кино»<sup>9</sup>. Это кажется не случайным, так как монструозность заложена в кинематографе самой медиальностью. Медиа – монструозны, монстры – медиальны.

## 5. Медиа, монстр и смерть

Ранний кинематограф первых тридцати лет своей жизни извергнул все медиа протокинематографической традиции – *Laterna Magica* Атаназия Кирхера, ярмарочные аттракционы Расмуссена Валгенштайна, наиболее аттрактивно воплощенные в фантазмагии Этьена Госпара Робертсона<sup>11</sup>,

<sup>8</sup> Для Ф. Киттлера Дракула Брема Стокера это история о медиа, машинах письма и их культурных трансформациях. Роман Стокера воплощает собой только что нарождающийся кинематограф. Визуальный нарратив, наделенный разорванным письмом, коллажностью и бюрократичностью текста, это, и есть кинематограф. Отсюда феноменальная живучесть вампира на экранах. Kittler F. *Draculas Vermächtnis: technische Schriften*. 1. Aufl. Leipzig: Reclam, 1993. S.55-56.

<sup>9</sup> Комм Д. *Формулы страха: введение в историю и теорию фильма ужасов*. БХВ-Петербург, 2012. 224 с. С.9

<sup>11</sup> См. краткий обзор в разделе «Медиальная связь со смертью» С. 104-108.: Грау О. *Фантазмагорическое ви-*



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

вызывающей к жизни мёртвых, «оживляющей» их в «новых» медиа. Средневековая Danse Macabre (пляска смерти) и готика романтизма с их призраками, скелетами, мрачными туманами, вызывающие у зрителей сильные впечатления переключались в кино, погружив зрителя в обновленную атмосферу ужаса, заставив видеть невидимое. Это позволяет предположить, что сущность медиа – не в технической оболочке устройства, технике, которая может стать dead, а в чем-то другом, в культурной логике породившей это устройство. Реконструкция и включение мертвого медиума прошлого, служащие только его работоспособности, способствуют торжественной демонстрации мёртвого тела, но не его оживлению. Жизнь медиа определяется его культурной ролью, поддержанием и формированием логики и чувственности культуры, под которыми понимаются определенные паттерны мысли и поведения.

Эволюция монстров на экране связана с развитием самих медиа, так главенство Дракулы, канон изображения которого задал Фридрих Вильгельм Мурнау фильмом «Носферату. Симфония ужаса» 1922 года, в молчаливые 20-е сменяется безмолвным технологичным созданием Франкенштейна 30-х. Параллельно появляется заговоривший Дракула в шедевре Тода Браунинга «Дракула» 1931 года, воплощенный культовым актером Бела Лугоши, последняя роль которого, роль вампира, состоялась в «худшем фильме всех времен» Эда Вуда «План 9 из открытого космоса» 1959 года уже после его смерти.

Обратимся к примеру: фильм «Франкенштейн» Джеймса Уэйла, 1931 года, который появляется на экранах и получает заслуженный успех именно в то время, когда телевидение только начинает приобретать свои черты. Порожденное романтической готикой существо доктора Франкенштейна – сшитый из частей мертвецов и оживленный электричеством безмолвный монстр – символ

технологического прогресса. В нем извергается ключевой медиум масс – нарождающееся телевидение, которое предполагает одиночество и немому смотрящего. Подобно существу доктора Франкенштейна, ищущего дружбы и общения, телевизионный зритель одинок, нем и самотчужден. Он включает телевизор от скуки. Он прикован к своему приватному пространству, которое он не может покинуть, в отличие от публичного пространства кинозала, выход из которого возможен. Одиночество телезрителя – главное его отличие от кинозрителя. Фильм «Франкенштейн» предлагает применить новую чувственность, новую телесность телевизионного общества, в этом мне видится эволюционная значимость этого создания. Фильм готовит к тревожным тенденциям современного мира. К ним привлекает внимание не столько автор фильма, сколько само коллективное бессознательное, которое тем самым стремится овладеть новыми размерностями чувственности и адаптировать человека к происходящим изменениям.

Зловещие черты действительности прорываются в фильме, но это не социально-экономическая или политическая организация общества, просвечивающая сквозь ткань фильма, а эстетические и моральные формы, телесность эпохи, её чувственность и поведенческие модели.

В дополнение к классическому набору фигур, уже не отвечающим эмоциональным запросам, возникают новые монстры, де-монстрирующие, исчезновение одних форм чувственности и приход других, Их телесность позволяет обратить внимание на те новые черты, которые возникают в эстетической сфере и эмоциональной сфере.

В 1950-е набирают влияние радикально чужие инопланетяне, стремящиеся поработить человечество, или использующие Землю как ферму по производству элементов питания и проведения полезных опытов и т.д. Они конституируют эмоциональное опустошение, одиночество и экзистенциальную потерянность человека в продолжающейся гонке технологического покорения глубин космоса и Земли. Комфортные и близкие современные «новые» медиа – телефон, радио, кино и теле-

зуальное колдовство 18-ого столетия и его жизнь в медиа искусстве. / пер. с нем. // Международный журнал исследований культуры. 2012. №5(6). С.101-110.



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

**| Кино как опыт извергнутых медиа / Cinema as an experience of “erupted” media |**

видение не дают человеку середины века тепла и близости, а грозят превратить самих людей во что-то иное.

Живучесть и сила этих монстров поразительны, они появляются вновь и вновь во все новых вариациях, также как и безостановочно развиваются и трансформируются сами медиа. Появление этих монстров связано с рождением нового способа восприятия, устанавливаемого своевременным медиа. Таким образом, опыт формируемый новым способом восприятий, – вот объект, на который направлена работа археолога медиа в кино.

Монстры традиционно рассматриваются как репрезентации неких социально исключенных элементов – будь-то чернокожие, евреи, женщины, геи, безумцы, смертельно больные (в том числе в результате эпидемии или антропных технологий заражения). Подобная социально-центрированная интерпретация уже набилла оскомину, более того, сами фильмы опровергают эту модель: фильмы про социальную организацию вампиров (фильм «Интервью с вампиром» Нила Джордана 1994 года, кино-сага «Сумерки» по мотивам книг Стефани Майер и т.д.) или посттравматическую реабилитацию зомби (британский телесериал «Во плоти» (2013-2014)) и т.д. Между тем, скорее стоит говорить о частичной суверенности фильмов о монстрах. Несмотря на то, что общественный заказ на монстра, извергнутого существующим положением дел в обществе определенной эпохи, изменчив, каждый фильм оригинален, даже если он многократно вторичен и клиширован. Эмоции в каждом отдельном случае производятся разные.

Хоррор Уэса Крэйвена «Кошмар на улице Вязов» 1984 года, в 1980-х превратившийся в многосерийный комедийный подростковый фильм ужасов, говорит о нашей неспособности отличить реальность от вымысла, о реальности сна и продуктов воображения. В культовом японском хорроре «Звонок» Хидео Наката, 1998 года заложена популярная в 1990-х годах идея того, что медиа беспардонно вторгаются в нашу жизнь, заселяют зоны комфорта, лишая их тем самым уюта, делая зоной

жуткого. Невозможность контроля, сложность и многообразие медиа не дают ясности устройства мира, той повседневной жизни постоянно окружающей от пробуждения до пробуждения каждого человека.

Полагаю, существует корреляция между динамической структурой фильма (под которой я понимаю комплекс динамики визуальной наррации) и зрительской активности восприятия. Изменения в этой связке зависят от своевременных «новых» медиа, которые меняли или технологию производства или восприятия зрителя, внося в них неуравновешенность, через которую изливаются медиа. Кино, укорененное в эмоциональных движениях, способно добраться до самой сути затемнённых новыми медиа отношений человека и мира, извергнув медиа, вскрыв и обнажив их устройство пороговыми персонажами/ситуациями страха и ужаса.

**6. Извергнутые медиа кино**

161

Говоря о кино как об опыте извергнутых медиа, я имею ввиду ситуации в культуре, когда в кино воспроизводятся/ производятся специфические образы, выворачивающие наизнанку характерные стороны нового популярного медиа, которые делают его видимым и легитимным.

Почему именно извержение? Оно отсылает ко множеству смыслов, отсылает, но не выражает, поскольку выразить медиа невозможно. Медиа появляется, меняя отношения к среде его существования. Извержение медиа подобно извержению вулкана, меняет ландшафт, рождает новые острова в океане реальности. Извержение медиа – это трансформация коллективной чувственности, осуществляемая через кино, создающая новую телесность и новые эмоциональные связи.

Идея данной статьи исходит из представления о страхе как об одной из базовых эмоций. Существует целый ряд культурных топосов, в которых страх является краеугольным камнем. И если рассмотреть способы презентации страха в новых медиа, мы обнаружим его мощную укорененность



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

в них. Что я интерпретирую как специфику самих этих медиа.

Имплицитные страхи медиа – неявные, скрытые, неотрефлексированные не становятся эксплицитными /экспонированными – показанными, явными, откровенно внешними, но также извергаются как смутное предчувствие.

Их нащупывание и перебор в зрительской активности свидетельствует о имплицитной рефлексии, освоении новых медиа массами.

Извержения медиа в кино – это монстры от Дракулы до Садако (девочки-монстра из «Звонка»). Восприятие монстров распадается на хаотическое движение образов, эксцессы восприятия – движения без движимого и движения неопределенного нечто, интенсивные переживания пространства, ощущения поверхностей, пристальный взгляд, тишину, тревожное ожидание (suspense) и неожиданное явление, шум, помеху – основные элементы страшного фильма, извергающего медиа, включенные в новые восприятия.

Размытие видимого и невидимого, дестабилизация состояния в пространстве, статике/движении, оцепенение вызывают ужас.

Опыт измененных восприятий, инициированный новыми медиа, извергается посредством пороговых образов, отлитых по лекалу этого измененного восприятия. Вместе с ним к аудитории приходит чувственное телесное освоение опыта новых медиа, которые извергнулись/выдвинулись посредством героев (визуальных доминант) популярного фильма.

Так в фильме «Звонки» прорастает ужас, это ужас бесконтрольности восприятий вызванный новыми медиа. Например, сцена из фильма где героиня приезжает в отель и на рецепции на полке с видео замечает ту самую кассету из фильма, музыка уже сообщает нам тревожное ожидание, кадр становится картинкой с той кассеты, со всеми шумами и помехами, присущими этому техническому средству. Героиня берет эту безымянную пленку и сразу включает её в проигрыватель, шум пустого экрана сменяется картинкой видеонаблюдения, иероглифических надписей, означающих извержение,

визуальных знаков, фигур людей. Запись резко обрывается, возвращая картинку шума пустого экрана. Напряжение героини спадает, она отключает проигрыватель, но тут в отражении уже отключенного экрана она замечает фигуру Садако, стоящую позади неё. Оборачивается – ничего нет, вскакивает – и тут звучит звонок. В раздумьях она берет трубку, откуда доносится потусторонний шум. Что это за сцена? Не самая страшная. Культовой является сцена выплзания Садако из колодца через экран телевизора прямо в комнату. Здесь на мой взгляд очень точно соединились специфические черты аналоговых видеоустройств и их неполноценность по сравнению с новыми цифровыми медиа, которые только начинали в то время широко распространяться (фильм снят в 1998 году)<sup>12</sup>. Видеосигнал с помехами, потусторонний звук состоит из технических шумов, свойственных аналоговому оборудованию. Девочка же, появляющаяся из любой черной поверхности (по ходу фильма из любого технического устройства) воплощает новую цифровую технологию интерактивного взаимодействия с экраном – от телефона до стиральной машины. Здесь восприятие уже не принадлежит воспринимающему субъекту, его присваивает новое медиа.

Извергнутое медиа – это проникновение в популярную культуру определенных феноменов, связанных с новыми средствами коммуникации, общим изменением медиакультуры. Культурные и социотехнологические контексты производства кино порождают различные объекты, предметы и явления, вызывающие эмоции, изменяющиеся от эпохи к эпохе. Они сменяют друг друга, что связано с медиа, доминирующими в популярной культуре. Эти медиа извергаются в определенных образах, закрепляющихся в опыте кино.

Если посмотреть на кино как место опыта, то мы обнаруживаем, что отправной точкой стано-

<sup>12</sup> Американский ремейк 2002 года, ещё более сильно заселяет мистическим образом девочки технические устройства, окончательно утверждая превосходство цифровых технологий и связанных с ними эмоциональных состояний одиночества, страха и скорости реакции



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

## | Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |

вится тело, но не тело субъекта как его маркировали в русле критической теории, а как медиальная телесность, податливая к внешним воздействиям и акселирующая эмоции до опыта масс<sup>13</sup>. Движущиеся образы инкорпорируются в тело и далее в порядок мышления человека и возвращаются назад к кино. В этом кругообороте, при переходе от тела к мышлению, извергаются новые медиакультуры одного времени.

Составляющие работы медиаархеологии – это реконструкция материальной реализации фильма с одной стороны, культурных представлений о них и медиальных шумов или помех конкретной реализации – с другой. Некоторые эффекты возможны только в случае диалога аппарата и оператора, то есть медиальной обусловленности содержания, поверх жанров, представлений и форм идеологических манипуляций (усматриваемых аппаратной теорией кино). Медиа приносят собственное значение (например, рассмотренный мною ранее случай Голема и эффект глитча<sup>14</sup>).

### 7. Археология медиа. Продолжение

Именно в таком виде медиаархеологический анализ конкретного фильма становится подлинным эпистемологическим предприятием, раскрывающим историческое существо как кино, медиа, так и человеческой чувственности.

Медиаархеолог находится в состоянии постоянного определения медиамира, связанного перепрочтения исследовательского поля. Поэтому объекты, демонстрируемые фильмом, не являются уже объектами ни физического, ни художественного миров, они – инструменты артикуляции культурной ситуации, идеологии и собственно сущности

<sup>13</sup> См. сборник посвященный медиальной истории эмоций *Mediale Emotionen. Zur Lenkung von Gefühlen durch Bild und Sound*, (Ed. Oliver Grau, Andreas Keil): Frankfurt/Main: Fischer 2005.

<sup>14</sup> Степанов М.А. След машины: генеалогия «комплекса аппарат-оператор» Вилема Флюссера // Коллективная монография «Про&Контра медиакультуры» - «Расщепления визуального: значение новых медиа». М.: 2015. С. 20-28.

медиа, воплощающейся в трансформации чувственного мира и способов его восприятия. Монстр создается самим действием, зловещей атмосферой фильма, а не наоборот. Медиа извергаются в монстров, создавая актуальную для конкретной эпохи, конкретного исторического этапа развития медиума, эмоциональную напряженность.

Методологически следует выделить три центра внимания медиаархеолога кино: контекст, воспринимающий субъект и технологический аппарат, дающие, таким образом, три аналитических уровня. Во-первых, рассмотрение того, что хотели сказать авторы (например: сценарист/режиссер). Далее того, как и чем делался этот объект (устройство фильма). И, наконец, самого важного, того, что видели зрители в этом произведении (в эпоху, когда был выпущен этот продукт и сейчас). Таким образом, медиаархеологическое исследование эмоциональных состояний может дать больше, чем традиционные теоретические размышления и исследование детального устройства технического аппарата медиа. Здесь открывается работа способности воображения, которая соединяет актуальные дискурсы и технологические устройства в живой мир эмоционального погружения.

Фундамент медиа – в динамическом соотноении человеческого и нечеловеческого, аппарата и оператора (зритель также является оператором, так как осуществляет производство смысла). Медиа являются агентами истории, они записывают, передают и не всегда спрашивают разрешения на это человека, в этом и есть их объективная ценность.

Здесь акцент должен быть поставлен не столько на технической стороне вопроса, сколько на формах восприятия, представления и выражения, знаниях, специальных навыках и т.д. Медиа не работают, если не выполнить заданные технологией телодвижения, этим они пытаются с одной стороны изменить наше тело через аппаратную логику, с другой – вписаться в наше тело и опыт. Важны не столько материальные устройства, сколько мировосприятие, которое они давали и зачастую уже не способны дать другим поколениям. Медиа





Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

**| Кино как опыт извергнутых медиа / Cinema as an experience of “erupted” media |**

выступают условием и результатом определенного опыта, коллективных форм восприятия и выражения. Медиа как возможность бесконечной коммуникации, общения ближних и дальних, как то, что способно объединить человечество, содержат положительную идею силы единения и в то же время, – негативную аллюзию коллективного гипноза, бессознательной зловещей манипуляции, принуждения.

Археология медиа призвана размыть устоявшееся представление о том, что медиа способствуют адекватному обмену информацией или говоря иначе, представляют собой технические устройства рационально-оперативной лишенной потерь аппаратной коммуникации. Напротив, оказывается: медиа не только не сводятся к техническим устройствам, не только включают в себя культурные практики использования и субъективные инвестиции форм восприятия, но и переплетаются со сценами зловещего, призраками, вампирами и нежизнью, которые не только влачат свое существование в них, но и обосновывают аттрактивность, притягательность медиа.

**8. Медиаархеология кино. Продолжение**

В приложении к кино археология медиа обнажает диалогические функции кинематографа, с его задачей установления эмоционального контакта, погружения (иммерсии) через производительную диалектику «тревоги» и «радости», которая порождает притягательных (аттрактивных) монстров медиа.

Некоторые фильмы, казалось бы в силу совершенно непредсказуемого стечения обстоятельств, оказываются символами кинематографа, становятся культовыми. Так происходит по той причине, что фильм обнажает устройство самого медиума, в котором происходят необратимые изменения – в технологии, практике, восприятии. Мы видим те трещины в диспозитивном устройстве современного медиализованного мира, в которых проживает нежить, которая указывает на противоречия современных медиа.

Рожденный в одном медиа монстр, первым ныряет в другой медиамир, преобразуется сам или преобразует его. Вампир, рожденный в устных преданиях, закрепленный в литературе, символизирует устройство кино, продолжает заявлять о сущности медиа в других формах – комикса, видео игр. Другое движение осуществляют герои культовых видеоигр – Super Mario, Space Invaders, Pac-Man и Donkey Kong, двигаясь из игры в мультфильмы («Futurama» ЗАСV18 «Антология интересов II») и кино («Пиксели» Крис Коламбус).

Если мы принимаем в расчет культурную относительность, невозможность универсальной археологии медиа, следует признать, что это направление, а не дисциплина или строгий метод. Именно поэтому мы с неизбежностью столкнемся с относительностью выборки «культового» кино, трещин, которые обнажают/ИЗВЕРГАЮТ медиа.

Нечеловеческие агенты, монстры, изверги – мы не можем выйти из круга метафор. В этом смысле выход из кинозала – это переход в другой зал, где «реальна» двигательная активность, для мозга же этот переход не существует. Воображение, фантазии, движущиеся картинки, восприятие чего-то «реального» активизируют одни и те же области мозга. Любая реальность для нас – это уже медиализованный мир, и метафора как открытое средство передвижения осуществляет перемещение между ними, позволяя лучше ориентироваться в существующих мирах и понимать себя.

**9. Опыт извергнутых медиа**

История кино сквозь археологию медиа не оказывается чем-то внешним по отношению к кино. Фильм интерпретируется во время просмотра. Кино как феномен медиа связан с работой воображения и уже носит креативный, толковательный характер. В тот момент, когда мы видим фильм, медиа уже анализируются и извергают себя в его разломах и сгущениях. Монстры, на мой взгляд, прекрасно описывают это ощущение, что мир – это поле напряженности эмоций, из которого невоз-



Михаил Александрович СТЕПАНОВ / Mikhail STEPANOV

**| Кино как опыт извергнутого медиа / Cinema as an experience of "erupted" media |**

можно вырваться, но можно погрузиться, что позволяют сделать медиа.

Медиа работают с материалом (цифровые медиа уже работают с материалом материала), который меняют, преобразуют и трансформируют. Медиа придают любой истории свои дополнительные смыслы, в этом их сходство с работой воображения, преобразующей и перерабатывающей «материал» реальности.

Монстры, начиная с вампира, представляют собой сгущение мифов и подозрений относительно новой культурно-технологической эпохи – эпохи медиа, они воплощают различные этапы происходящих в ней становлений и изменений. Их введение в медиаархеологическую работу позволяет не концентрироваться на технике и забытых устройствах, а погрузиться в самую плоть кинематографа, воплощением которого они и являются. Речь идет о том как эмоциональность, и вместе с ней сама медиальность работают в культуре.

В кино персонализированные и локализованные эмоциональные состояния прорываются через то, что нельзя увидеть. Это и есть медиальные эмоции. Мгновенный дисбаланс медиализированной эмоции формирует коллективный опыт, адаптирует зрителя к новой медиальной ситуации в культуре.

Понятое таким образом кино оказывается свободным от технических форм репрезентации, от форм просмотра: темнота кинотеатра в сопросмотре с другими, экран компьютера, телевизора или смартфона и т.д. Речь идет о том собственно кинематографическом, что не меняется, не смотря на сильно изменившиеся способы просмотра фильмов, контекста технологии воспроизведения, об эмоциональном вовлечении. Таким образом, можно более точно определить кино как опыт, опыт коллективного существования в мире, воплощающегося в индивидуальных телах посредством эмоциональной вовлеченности.

