

**РАДИКАЛЬНАЯ МЕДИАЛИЗАЦИЯ ПЕРЦЕПТИВНОГО ОПЫТА:
ФОРМЫ ОТЧУЖДЕНИЯ И СПОСОБЫ ЭМАНСИПАЦИИ**

Оглавление

Введение _____	3
Основная часть	
Глава 1. Социальные и культурные следствия медиализации перцептивного опыта	
1.1. Критика отчуждения _____	8
1.2. Эмансипаторный потенциал медиализации _____	14
Глава 2. Тенденции медиализации перцептивного опыта в повседневных творческих практиках _____	24
Заключение _____	33
Список использованной литературы _____	35

Введение

Отправная точка данного исследования - необходимость пересмотра статуса восприятия, которое прежде трактовалось в гуманитарных науках преимущественно в терминах пассивности, индифферентности по отношению к социальным и культурным процессам. Сегодня перцепция, как представляется, приобретает характер самостоятельной "сборки" индивидуального повседневного опыта, в котором (помимо непосредственно относящихся к социальной сфере отношений и взаимодействий) могут участвовать разнообразные объекты, поверхности и материалы. Эти ресурсы, таким образом, могут рассматриваться не только как основание для символического отображения "реального", но и как средства для интервенции в мир, обеспечивающие более интенсивное и продуктивное с ним взаимодействие. Такой динамичный процесс работы с ресурсами (материальными и нематериальными), направленный на "осуществление" восприятия и интенсификацию нашего опыта пребывания в мире, мы, в рамках данного исследования, будем называть медиализацией. Ключевой тезис нашего исследования состоит в следующем: производство различных посредников (артефактов, изображений, образов и т.д.) должно рассматриваться нами не как бегство от реальности, а как способ вмешательства в нее.

Взаимодействие между человеком и миром неизбежно опосредовано (языком, техникой, практиками) - субъект "расширяется" в мир благодаря производству и использованию бесчисленных посредников. Таким образом, совокупность материальных и нематериальных объектов-посредников может быть рассмотрена нами как непрерывно воспроизводимая медиальная среда, опосредующая взаимодействие индивида и мира. Такой процесс непрерывного "продуктивного опосредования" анализирует, например, итальянский философ Эммануэль Коччия, разрабатывая понятие

медиа́льной среды́ чувстви́тельного восприя́тия - “sensible”. Восприя́тие, для Коччи́а, происходи́т скорее́ между́ материальным и нематериальным, психологическим и социальным пространствами. Ключевым здесь является первоначальный контакт организма со средой, соприкосновение живого существа и обитаемого мира, в котором еще невозможно провести различие между интеллектуальным и чувственным, мышлением и действием, субъект-объектную дифференциацию. Обращаясь к Аристотелю, Коччи́а подчеркивает, что вещи недоступны нам сами по себе, но взаимодействие с миром оказывается возможным благодаря задействованию посредников, которых человек непрерывно воспроизводит - язык, изображения, артефакты рассматриваются исследователем как медиа́льные среды́, поддерживающие единство мира и воспринимающего (Cossia, 2016). Представляется, что такое обращение к пространственности и динамике перцепции поможет, с одной стороны, отказаться от “расположения” этого процесса в ментальной сфере и подчеркнуть, что воспринимающий отнюдь не противопоставляется миру, а остается его частью. С другой стороны, современные теории восприятия говорят о перцепции в первую очередь как о взаимодействии, предполагающем взаимную активность среды и индивида. Поэтому важным для данной работы представляется сделать акцент на продуктивности и трансформационном потенциале перцептивного опыта.

Ключевая идея современных теорий восприятия (в качестве основных ориентиров для нашей работы можно выделить сенсомоторный и энактивистский подходы) - активный характер перцепции, необходимость эмоциональной и телесной вовлеченности индивида в процесс взаимодействия со средой. Как отмечает представитель сенсомоторного подхода Алва Ноэ, восприя́тие не “случается” с нами или в нас - это всегда телесная активность, направленная на объект, причем его восприя́тие и

понимание динамичны, процессуальны, учитывают изменения и в воспринимающем теле, и в воспринимаемом объекте (Ноэ, 2012, 24). Важно, что даже подчеркивая значение активности познающего тела для своей теории, Ноэ стремится избежать противопоставления субъекта и объекта восприятия - они, скорее, вовлекают друг друга во взаимодействие: как сам объект, так и понимание, или навыки доступа играют ключевую роль в восприятии.

Человек, согласно Ноэ, всегда обладает непосредственным (не поддерживаемым ни представлениями, ни ментальными образами) доступом к миру, что, в прочем, не противоречит необходимости "различных стилей активной вовлеченности". Восприятие оказывается результатом разнообразных усилий, компетенций и практик индивида. Причем каждый из "стилей" представляет определенную форму активного взаимодействия с миром, а не одну только форму его репрезентации, как зачастую интерпретируется, к примеру, речь, мышление и, конечно, производство визуальных материалов. Так, пикториальное восприятие, по Ноэ, может быть рассмотрено в рамках общей теории: изображения предоставляют нам доступ к особой форме присутствия изображаемого. Картины, фотографии, воспоминания рассматриваются как вполне самостоятельные формы присутствия "реального" объекта, а не с его симуляции или иллюзии. Живое чувствующее тело (участвующее и в восприятии, например, «виртуального») всегда "создает" реальность, активируя и рекомбинируя информацию из разных источников и сфер. Однако в эпоху тотальной технической медиации, как представляется, комплексный характер восприятия и специфика взаимодействия с разного рода посредниками требует более пристального внимания.

Таким образом, объектом нашего исследования станет процесс медиализации перцептивного опыта. В рамках такого продуктивного опосредования, индивид преобразует как себя, так и окружающую среду, причем среда интерпретируется нами не как исключительно физическое пространство, но как потенциально смысловое. Медиализация оказывается неотделима от опыта восприятия, причем этот процесс опосредования, как представляется, не предполагает однозначной оценки. В рамках данной работы мы рассмотрим характеристики медиализации перцептивного опыта, связанные с отчуждением (по большому счету, в версиях, имеющих отношение к критической теории) а также ее черты, позволяющие говорить об эмансипаторном потенциале этого неизбежного процесса. Кроме того, важным кажется рассмотреть изменения в характере медиализации: мы предполагаем, что от ориентированного на активную работу с внешними ресурсами процесса интенсификации повседневного опыта, она постепенно меняет свою ориентацию в сторону частных перцептивных практик, все менее связанных и с потреблением, и с продуктивностью. Предмет нашего исследования, таким образом, - логика развития медиализации, ее социальные и культурные следствия.

Целью нашей работы становится систематизация подходов к “продуктивному опосредованию” восприятия с использованием материальных поверхностей, объектов и чувственных практик, а также анализ социальной релевантности этого процесса. На пути к реализации цели мы предполагаем решить следующие задачи:

- систематизировать ключевые аргументы теоретиков, рассматривающих последствия интенсификации нашего взаимодействия с материальным, визуальным и образным как источники нового опыта и возможных эмансипационных изменений, с одной стороны, и авторов, которые главным

акцентом в исследовании медиализации которых становятся ее негативные черты, с другой;

- проанализировать существующие в современном обществе тенденции медиализации перцептивного опыта, рассмотреть ее возможные перспективы и ограничения.

Актуальность нашего исследования заключается в необходимости концептуализации восприятия как процесса активного взаимодействия с миром и рассмотрении социальных импликаций этого процесса. До настоящего времени не было проведено комплексного исследования, рассматривающего процесс восприятия и “сборки” индивидуального повседневного опыта как возможного источника общественных изменений.

Основная Часть

Глава 1. Социальные и культурные следствия медиализации перцептивного опыта

1.1. Критика отчуждения

Восприятие, которое мы описали как процесс активного взаимодействия со средой, все в большей степени имеет отношение именно к “искусственному” окружающему миру, и происходит в пространстве, где индивиды производят самостоятельную работу с ресурсами, "сборку" индивидуального повседневного опыта. В медиальную среду, таким образом, можно включить материальные объекты, образы, живых существ, изображения, слова, инструменты, действия, медиа, - все, к чему применимо понятие аффорданса, все, что образует первичные структуры возможностей каждой конкретной ситуации действия и придания смысла. Эти ресурсы, опосредующие наше взаимодействие с миром, в позднем модерне претерпевают и количественные, и качественные изменения. Так, происходящий в позднем модерне процесс эстетизации, как указывает один из теоретиков этого процесса Вольфганг Вельш, затрагивает сегодня базовые категории реальности: материального мира благодаря внедрению новых технологий, социальной реальности в результате опосредования коммуникаций и субъективной реальности как следствия замены моральных норм необходимостью выработки самостоятельного стиля (Welsch, 1996). Теоретики эстетизации указывают при этом на некоторые опасные тенденции, связанные с неизбежной сегодня медиализованностью опыта. Как пишет немецкий философ Гернот Беме, все более расширяющаяся сфера эстетической работы заключается в производстве “атмосфер” - посредников в наших взаимодействиях с другими и с миром, и включает в себя множество направлений: от

косметики, моды, рекламы и дизайна интерьеров до самого искусства в более узком и привычном его понимании. Эстетическая работа связана по большому счету с удовлетворением не потребностей, но желаний - "тех нужд, которые не ослабляются при их удовлетворении, а только усиливаются" (Vohme, 2003, 72). Здесь важно отметить, что существуют желания, которые могут быть напрямую использованы в коммерческих целях, а именно желания, направленные на интенсификацию (смысловое/чувственное наполнение) нашего опыта, обострение чувства жизни.

Негативные следствия медиализации перцептивного опыта - один из интересов многих представителей критической теории. Интенсивность нашего взаимодействия с "нереальными" образами (так, визуальное, благодаря расцвету фотографии, рекламы и массового производства все активнее интегрируется в контекст повседневности) и пассивность, которая, как кажется, для многих теоретиков становится неизбежной характеристикой восприятия, влечет за собой критику медиализации как формы отчуждения. Отметим, что если Маркс не рассматривал самоотчуждение, объективацию самих себя через артефакты как негативный или позитивный процесс, а делал акцент скорее на диалектическом характере взаимодействия индивидов и материалов, то уже представители Франкфуртской школы связывают рост товарного производства исключительно с "отсечением" человеком самого себя от природы. Как отмечал Герберт Маркузе, в капиталистическом обществе, транслирующем образ современного человека, связанный с гиперпотреблением, взаимодействие с материальной средой приобретает болезненные черты. Товарный фетишизм связывается этим теоретиком с патологическим изменением нашего отношения к миру, к собственному труду: "товары

поглощают людей и манипулируют ими; они производят ложное сознание, которое невосприимчиво к собственной лжи" (Маркузе, 1994, 134).

Связанные с визуальной гиперстимуляцией симптомы современности можно проанализировать, например, в связи с описанным Ги Дебором "обществом спектакля" - зритель для него находится под властью иллюзорных образов, противоположных познанию. В своей работе "Общество спектакля", посвященной анализу и критике общества (и западного капиталистического, и советского) с леворадикальных позиций, Дебор отмечает неконтролируемый рост числа эстетизированных поверхностей, опосредующих отношения между людьми, подменяющие "истинные" желания "ложными": "Отчуждение зрителя и подчинение его созерцаемому объекту (который является продуктом собственной бессознательной деятельности зрителя) выражается следующим образом: чем больше он созерцает, тем меньше он живет; чем с большей готовностью он узнает свои собственные потребности в тех образах, которые предлагает ему господствующая система, тем меньше он осознаёт своё собственное существование и свои собственные желания" (Дебор, 1999, 18). Утрата истинности, прозрачности и непосредственности, которая, для Дебора, становится определяющей характеристикой современности, связана с тем, что общественные отношения теперь опосредованы образами: "всё, что раньше переживалось непосредственно, ныне отеснено в представление" (там же). Представляется, что усугубляет отчуждающее воздействие образа структурно включенная в него дистанция. Появляется она во многом потому, что образ Дебор трактует исключительно в терминах зрения (дистального чувства, минимизирующего "непосредственность", близость к социальному телу воспринимающего).

Так называемые "новые" медиа (обладающие большим суггестивным потенциалом, в сравнении с теми, что описывал Дебор) способны создавать

иллюзорные реальности, все меньше отличимые от прообраза и потому могут быть использованы как инструмент манипулирования, идеологического внушения. К таким выводам можно прийти, если, например, задуматься о процессе создания иммерсивных сред. Интерфейсы, с помощью которых мы сегодня взаимодействуем с цифровыми алгоритмами, разрабатывают специалисты в области UX-дизайна (UX — это User Experience, "опыт пользователя"). Именно от их работы зависит то, состоится ли наше погружение в виртуальную среду, как, находясь внутри нее, мы будем переходить от одного шага к другому, удастся ли нам достичь своих целей и на сколько быстро. Цель UX-дизайна - обеспечить наше комфортное взаимодействие с виртуальной реальностью, буквально моделируя наш опыт. Такой дизайн очевидно нацелен на иммерсивность - чем больше времени мы проведем на сайтах интернет-магазинов, социальных медиа или СМИ, тем большую прибыль получают, например, владельцы сайтов (также стоит обратить внимание на ценность персональных данных, которыми располагают интернет-гиганты вроде Facebook). С такой точки зрения, медиализация действительно оказывается связана с максимизацией выгоды и манипуляцией. Новые медиатехнологии, еще не став привычными, сильнее воздействуют на эмоциональную сферу, зачастую уменьшая возможность критического дистанцирования, что подтверждает опасения о власти образов, восходящие еще к Платону.

На такого рода следствия интенсивного взаимодействия с визуальными средами и в целом растущим потоком информации также обращает внимание итальянский философ-марксист Франко Берарди: сочетание интенсивного взаимодействия с образным и характерной для позднего капитализма прекарности ведет к гиперстимуляции и измождению, опустошенности, блокирующим внимание и способности к действию. Из-за усиления раздражителей, как пишет Берарди, сокращается время внимания,

что неизбежно ведет к снижению чувствительности к их воздействию. Конформизм и пассивность в этом случае могут рассматриваться не как моральные характеристики, но как последствия автоматизма, вызванного ускорением реакции на умножение информационных потоков. Прагматическое стремление к эффективности коммуникации, таким образом, оказывается связано с патологическим подавлением чувствительности - способности к эмпатии, во многом связанной с замедлением, стремлением к неоднозначности, “позволяющей человеческим существам толковать непоправимо невербальные знаки, понимать то, что нельзя выразить в формах с ограниченным синтаксисом” (Берарди, 2014). Критика цифровизация инфосферы, таким образом, не может отождествляться лишь с проблемой зрелищного отчуждения.

Критика Берарди разрастающейся чувственной симуляции во многом связана с идеями Жана Бодрийяра. Бодрийяр писал, с одной стороны, об "обыскуствлении" мира, связанном одновременно с эстетизацией и стандартизацией: мы живем в мире стимулированной симуляции и прагматических иллюзий. Триумф “культуры означивания” связан с утратой нами чувства реальности: в мире, наполненном товарами, знаками и изображениями нам все труднее отличать воображаемое от действительного (Baudrillard 1983: 148). С другой стороны, критику этой “эстетической галлюцинации” Бодрийяр также связывал с утратой образов способность порождать иллюзии, вызванной “гипертехничностью, гиперэффективностью, гипернаглядностью” современных медиа. Если “традиционные формы иллюзионизма <...> отнимают у реальных объектов одно измерение, делают их присутствие магическим”, одновременно добавляя, к примеру, “формальному очарованию живописи” очарования чувственной мистификации, то современные медиатехнологии не оставляют зрителю ничего, кроме чувства излишества. Кино, к примеру, в

своем стремлении к реалистическому совершенству образа, “абсолютному разрешению”, постепенно утрачивает способность очаровывать, соблазнять и порождать иллюзии. Утрачивая способность символически “овладевать отсутствием”, мы, по Бодрийяру, “погружаемся в иллюзию разочарования и материального перепроизводства, в современную иллюзию размножения экранов и изображений” (Бодрийяр, 2015).

О разочарованности и меланхолии как ключевых для современной эпохи чувствах также пишет теоретик культуры Марк Фишер. Переход к постфордизму - с его глобализацией, вездесущим компьютеризацией и прекаризацией труда - привел к полной трансформации того, как организованы сегодня работа и досуг. В последние 10-15 лет интернет и мобильные телекоммуникационные технологии, как считает Фишер, изменили саму структуру повседневного опыта. Сегодня, когда повседневная жизнь (скорость передачи информации, перемещения) ускорилась, культура “замедлилась” - мы утратили способность концентрироваться на нашем собственном настоящем. Это тревожный и патологический симптом общества, которое неспособно иметь дело со временем и историей (Fisher, 2014, 16). Связанный с меланхолией отказ от желания будущего имеет политическое измерение - он влечет за собой неспособность изменять “закрытые горизонты капиталистического реализма”. Таким образом, описанные Берарди и Фишером формы контроля над социальным поведением позволяют сделать вывод о необходимости восстановления чувствительности и эмпатии, важности внутренней (перцептивной) работы в дополнение к существующим формам политического действия.

1.2. Эмансипаторный потенциал медиализации

На эмансипаторный потенциал визуальных медиа одним из первых обратил внимание Вальтер Беньямин в своем программном эссе 1936 года "Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости". Наблюдая общемировые тенденции, связанные с технизацией искусства, Беньямин отмечал, во-первых, переход искусства в массы, а во-вторых, указывал на необходимость в связи с этим нового режима его восприятия. Беньямин критикует "автономное" искусство - то, которому присуща аура, которую автор описывает как уникальное ощущение дали, как бы близок при этом ни был воспринимаемый предмет. Погружение (то есть уничтожение дистанции, о которой впоследствии будет говорить Дебор) индивида в произведение искусства дает возможность рассеянного, не фокусированного взгляда, более органичный опыт присутствия в мире (Беньямин 1996).

Мотив чувственной связи, соприкосновения с миром можно проследить и в других работах Беньямина. Как указывает Джонатан Флэтли, главные составляющие модернизации — урбанизация, новые способы ведения технологической войны, интенсификация труда — по Беньямину, вынуждают людей ставить защиту между собой и материальным миром, заставляют их отказываться от эмоционального отклика на этот мир. В то же время, “поскольку чувства возникают в результате соприкосновения, возникают в материальности мира, чувственный опыт обеспечивает нам связь — не опосредованную сознанием — с этим материальным миром”, тогда как интеллект, по Беньямину, такой доступ обеспечить не может и оставляет нас лишь с сухим знанием и ощущением, что объект находится под нашим контролем (Флэтли, 2000). Беньямин утверждает неразрывность материального и смыслового в чувственном опыте, нарушении привычно-рационального хода вещей. Эмоции, чувства и воспоминания при этом не

возникают внутри субъекта и не направляются извне: чувственный контакт с миром (такой, как например, опыт воспоминания, описанный в знаменитом романе Пруста) происходит, по Беньямину, вне субъекта и носит пространственный характер. При этом такой опыт вторжения забытого прошлого, погружения в воспоминание, разрушающий хронологическое течение времени, рассматривается не как побег из настоящего, а, напротив, возвращение в него, “глубокое вторжение в ткань реальности” (Беньямин, 1996, 48).

Представление о том, что стремительно распространяющийся поток изображений, мигрирующих образов может стать источником некоторых освободительных изменений как для отдельных индивидов, так и для общества в целом, и сегодня разделяют многие авторы, связанные как с исследованиями визуального и образного. Так, сила имагинативного во многом основывается именно на способности образов существовать как бы вне естественного, постоянного места - они буквально живут своей жизнью, “мигрируют”, сопротивляются уничтожению. Их власть, как отмечает Томас Митчелл, “скрыта и в их упрямой несокрушимости, которая становится только сильнее от того ощущения тщетности, которое сопровождает бесполезные попытки их уничтожить” (Mitchell, 2005, 27). Согласно Митчеллу, образ - неустранимый посредник между действительностью и человеком: даже борьба с изображениями-иконами (иррациональная по своей природе) порождает новые образы в разрушении старых, и может рассматриваться как форма зависимости от них. Более того, по мысли Митчелла, иконоклазм в существенно большей степени склонен к интеллектуальному и политическому тоталитаризму и нетерпимости.

К теме такой диалектической связи иконофилии и иконоклазма обращается также Бруно Латур. Иконоклазм в его понимании оказывается связан с

сопротивлением фетишизации посредников всех видов и форм, которые неизбежно накладывают свой отпечаток на передаваемое сообщение: взаимодействие с ними не может считаться простой передачей чего-то, что, будучи всего лишь "выраженным", никак бы не изменялось. Такие медиаторы "преобразуют, переводят, искажают и изменяют передаваемые ими значения" (Латур, 2014, 53), в то время как в основе любого иконоборческого акта, по Латуру, лежит стремление к непосредственному приближению к истине, реальности, абсолюту. Однако любая попытка "приближения к реальности", как показывает Латур, парадоксальным образом оказывается связана именно с постоянным увеличением числа медиаторов. Избавившись от них (что особенно эффектно проявляется в примере с естественными науками, выводы которых о "реальном положении дел" сегодня поддерживает множество инструментов, изображений, разного рода технологических посредников), мы не окажемся на наиболее простом пути к чему-то вроде "объективной истины", а, скорее, потеряем с ней всякую связь (Latour, 2002, 34). Признавая невозможность окончательного избавления от разного рода посредников, Латур предлагает рассматривать образы как поток активных и динамичных посредников, "скользить по каскаду" репрезентаций, переходить от одного образа к другому.

Отметив, таким образом, тезисы, касающиеся неизбежной опосредованности восприятия и его пространственного характера, для иллюстрации идеи о продуктивном характере медиализации и ее эмансипаторном потенциале обратимся к работам авторов, в центре интересов которых вполне конкретный визуальный медиум. Например, в своей работе, посвященной восприятию визуальных искусств, британский философ Пол Кроутер критикует свойственную большинству подходов к пикториальной репрезентации тенденцию сводить изображения к

источникам визуальной информации. В случае с живописью, по Кроутеру, мы не считываем некоторое "содержание", которое нам передает медиум, а имеем дело скорее с источником нового опыта (в отличие, например, от восприятия знака - на него мы смотрим исключительно чтобы его "не увидеть", получив доступ к передаваемому сообщению). Изображения, по Кроутеру, привносят новое в имеющийся визуальный мир и тем самым его изменяют - они генеративны, а не иллюстративны (Crowther, 2009). Художники, как отмечает другой критик миметической концепции Майкл Полани, всегда стремились к созданию образов, радикально отличных от природных. В картинах, таким образом, вовсе не недостает чего-то, имеющегося "в реальном мире", а, напротив, всегда присутствует что-то, чего в природе нет. Противоречивые в обычной жизни элементы - динамический опыт и статичный объект, плоскостной характер пикториальной поверхности и трехмерное пространство (это сочетание Полани называет "плоской глубиной" - оно имеет место даже в случае с абстрактным искусством) в восприятии живописи "собираются" в целостный объект. Отметим, что такая ситуация, по Полани, становится возможной благодаря особенностям нашего восприятия, психики - именно благодаря этим особенностям мы получаем доступ к чему-то "транснатуральному", которое и становится содержанием нашего опыта (Polanyi, 1970, 665).

Несколько иначе расставляет акценты в описании нашего взаимодействия с визуальным и образным немецкий философ и теоретик искусства Готфрид Бем. "Ответственность" за генерацию специфической среды восприятия лежит для него в большей степени на объекте, который буквально погружает в себя воспринимающего субъекта. В статье "Representation, Presentation, Presence: Tracing the Homo Pictor" Бем указывает на различие "слабых" и "сильных" изображений: "слабые" изображение воспринимают

ради их значений, функции (считывают, как знаки), в то время как “сильные” стоит рассматривать как материальные объекты, поддерживающие генерацию специфического мира, обладающие своей собственной реальностью (Voehn, 2012). Ощущение присутствия, полную вовлеченность, которые испытывает зритель при встрече с “сильным” изображением выходят за пределы субъективного чувства, решения человека или проекции предубеждений (изображение не наделяется агентностью, как в случае с анимизмом, а обладает ей).

Как правило, изображение (Бема больше всего интересует живопись) благодаря своей композиционной структуре заставляет нас обращать внимание на те или иные детали, направляет наш взгляд определенным образом. В случае же с сильным изображением мы не можем не только, например, рассматривать мазки и “переключаться” от материального субстрата к “содержанию” картины, но и сегментировать изображение, обращать внимание на определенные его элементы - такое восприятие визуального образа Бем называет тотальным. В случае иконического опыта оказывается невозможно трансцендировать медиум и перейти, таким образом, к значению “сильного” изображения: здесь мы имеем дело не с сигнификацией, а с отдельным способом присутствия, где материальное и смысловое неразрывно связаны. В качестве наиболее показательного примера иконического присутствия Бем выбирает образы мертвых - “сильное” изображение, как указывает автор, обеспечивает присутствие изображенного не за счет воспоминаний о нем, а за счет структурных особенностей, внутренних ресурсов изображения (Voehn, 2012, 16). В иконическом опыте участвует не просто предмет, напоминающий человека - изображение обеспечивает соприсутствие с усопшим, который веками остается живым в медиуме. Образ, который “присутствует” в иконическом опыте - это не репрезентация или субститут, заменяющий что-то реальное,

полнокровное и истинное. Он самодостаточен и стремится к полному погружению в себя воспринимающего, генерирует “более-чем-физическое” присутствие.

Повседневное отношение к изображениям как к репрезентациям, как указывает Бем, позволяет нам встречаться с ними в безопасной “буферной зоне” (Schonstufe), которая не позволяет приблизиться к феномену "присутствия" (и обеспечивает “защиту от шоков”, как сказал бы Беньямин). Однако, как указывает Бем, связь между присутствием и отсутствием в условиях экспансии визуального требует более точного определения. Эффекты присутствия постоянно появляются и исчезают - это скорее явления, свидетельства существования неопределенных “беспокойных сил”, захваченных художником или фотографом (Voeht, 2012, 18). Поэтому идею утраты образом своей магии, способности очаровывать, о которой писал Бодрийяр, как представляется, Бем мог бы оспорить - потоку визуального материала (с которым мы и взаимодействуем в “буферной зоне”, не поддаваясь власти изображений) не по силе раскрыть тайну, природу образа.

Важно подчеркнуть, что Бему недостаточно уравнивать статус иконического и физического присутствия: в случае с “сильными” изображениями мы имеем дело с добавлением некоторого избытка к существованию изображенного. Приставка в слове “репрезентация”, по Бему, означает именно интенсификацию присутствия, что подчеркивает уникальность встречи с образом, его завершенность и наполненность, которую не обязательно сможет обеспечить, к примеру, встреча с реальным человеком. Вместо стремления к физическому сопresутствию, непосредственности, которую многие привыкли высоко оценивать (вслед за критическими теоретиками, которые в любой форме медиации зачастую не видят ничего,

кроме предательства истины), интерес к другим формам приближения к миру можно обнаружить в повседневных практиках современных индивидов. Оставляя в стороне очевидные замечания по поводу коммерциализации и вторичности контента, которые можно адресовать, к примеру, приложению Instagram, страсть сегодняшних горожан к фотографированию можно интерпретировать и как интуитивное стремление к иконическим формам присутствия, опыту, который не может обеспечить большинство повседневных контактов.

Несмотря на то, что центральный интерес Бема - это изобразительное искусство, можно отметить, что образ в его интерпретации генерирует специфическую среду и потому воспринимается пространственно; “смыслом” образного при этом, в большей степени становится специфический опыт, переживание, которое бывает трудно описать, а не фиксированное значение. Такое внимание к интенсивности, неконтролируемости нашего столкновения с образным, как представляется, позволяет отказаться от привязки исключительно к визуальным медиа. В основе пренебрежения к повседневному опыту, связанному с тактильными ощущениями, вкусами и запахами, как отмечает канадская исследовательница Лора Маркс, лежит западная иерархия чувств, где проксимальные (близкие к телу воспринимающего индивида) чувства рассматриваются как низшие по отношению к дистальным (которые могут претендовать на роль трансляторов истины, или, по крайней мере, прекрасного). Если любой опыт восприятия, как мы указали, — это опыт столкновения с миром и его материальностью, то осязание, вкус и обоняние должны точно так же рассматриваться нами как источники знания и медиумы эстетического. Описывая специфические качества запаха как медиума образного (это наименее переводимое на лингвистический уровень и одновременно наиболее “личное” чувство, чаще имеющее отношение к

аффекту, чем к интерпретации), Маркс интерпретирует пассивность, которая, как было отмечено на примере Бема, оказывается неизбежной чертой иконического опыта. Находясь под властью образа, воспринимающий в определенной степени утрачивает контроль над происходящим, но взамен на короткое время освобождается от влияния институций, нормативного давления социальных феноменов. Погружение в пространство имажинативного, по Маркс, вполне может быть связано с выходом за пределы привычных понятий и рамок, отведенного места и роли. Аффект существует в момент разрыва, нарушения предсказуемого течения повседневной жизни, он заставляет переживать невозможный, казалось бы, опыт (Marks, 2008, 134). Так, в случае, который описывает эта исследовательница, услышав в первое мгновение парфюм своей матери, Маркс буквально ощущает ее присутствие.

Можно сказать, что современный интерес к эмансипаторному потенциалу аффективного и образного свидетельствует о неудовлетворенности постструктуралистскими подходами к власти. В основе такой неудовлетворенности, как представляется, лежит специфическое понимание культурных теорий - критики отмечают акцент на гегемонии, негативности и неизбежности социальных структур. Так, один из ключевых теоретиков аффекта Брайан Массуми отвергает теории культуры, чья способность к "критическому мышлению" сводится к определению точек на устойчивой, всегда расчерченной заранее карте. Интерпретация посредством "сверки" с такой картой может только захватывать определенные моменты и переживания, которые неизменно отражают структуру, через которую они и интерпретируются. Для Массуми такое критическое обнищание означает, что теории культуры упускают специфику, автономность аффекта, тогда как он должен быть отделен от означивания (например, в связи с эмоциями). Это телесное значение,

которое пронизывает социальную интерпретацию, путает и нарушает ее логику и сдерживает ее ожидания. Для Массуми аффект важен в той мере, в какой он является автономным, вне-социальным, независимым от сознания, эмоций, воли или желания (Massumi, 1996). Так, воздействие аффекта (например, смеха) порой имеет неожиданный эффект, который выталкивает нас из равновесия, предоставляя нам возможность стать совершенно иными (в то время как юмор, будучи чем-то вроде социальной работы по “приручению” аффекта, напротив, поддерживает устоявшееся положение дел). Как пишет Ив Кософски Седжвик, центральной проблемой, стоящей сегодня перед культурной теорией, является ее склонность к обнаружению запретов и ограничений там, где можно было бы увидеть возможности (Sedgwick, 2003, 123). Чрезмерное внимание к властным отношениям и структурам, их влиянием на то, что мы делаем и то, кто мы есть, не оставляет никакой надежды на освобождение и изменение.

Тем не менее, необходимо указать и на ограничения теорий, обращающихся к “силе образа”. Как пишет британская исследовательница Дженет Вольф, в рассуждениях теоретиков имагинативного проблема возникает, когда власть образа получает свою автономию, а ее истоки в социально-исторических отношениях игнорируются или затушевываются (Wolff, 2012). Такого рода претензии отчасти справедливы по отношению к критикам социальной и культурной теории, чей фокус внимания с властных отношений и дискурсов перемещается на сторону опыта, не связанного с языком и общественной жизнью, которые, например, подчеркивают ощущение непосредственности в эстетическом опыте, “присутствия” и доступа к миру. Такие замечания могут быть адресованы целому спектру теорий, обращающихся к не-человеческой агентности, примеры рассуждений в рамках которых мы привели. Заявления о пост-человеческом, агентности объектов и открытиях аффективных аспектов

человеческого поведения, пишет Вольф, заходят в этом слишком далеко и буквально “испаряют” социальное из исследований культуры. Как указывают, например, теоретики искусства Дэвид Фридберг, Хорст Бредекамп, Готфрид Бем и Ханс Белтинг, изображения воздействуют на нас не благодаря связанным с ними социальным отношениям или заложенным в них значениями - они буквально действуют как социальные агенты. В то же время, по Вольф, наше видение всегда мотивировано желанием, и в нашем взаимодействии с материальным миром всегда участвует значение - значение, созданное нами, но “обнаруженное” в объектах и картинах. “Взгляд” изображения в этом случае - следствие нашей аффективной связи с объектом, а “сила образов” - это сила, которая социально, культурно и психологически (или даже политически) им дана.

Таким образом, хотя критика “отвлекающихся от гуманистической социальной науки” (Wolff, 2012, 10) оптимистичных трактовок взаимодействия с медиальными средами выглядит вполне закономерно, необходимо принять во внимание, что описанные теории не выступают “против интерпретации”. Они, скорее, стремятся предоставить инструментарий для адекватной работы с эстетическим опытом и внутренней перцептивной работой. Теории культуры, как представляется, сегодня должны учитывать не-лингвистические, до-коммуникативные, аффективные и чувственные аспекты повседневных практик.

Глава 2. Тенденции медиализации перцептивного опыта в повседневных творческих практиках

На фоне непрерывного развития технологий, материальная среда (одежда, мебель - большая часть производящихся потребительских товаров), как кажется, существенно не изменяется последние несколько десятилетий. Марк Фишер характеризует такое положение дел как “отмену будущего”, связывая его с невозможности инноваций внутри культурных индустрий - само ощущение удивления, потрясения изменениями сегодня исчезает (Fisher, 2014). Особенное внимание, здесь, как кажется, можно уделить модной индустрии - критика бесконечного цитирования образов прошлого и недоумение по поводу недостаточного сближения моды и технологических достижений, как представляется, может упускать из виду менее очевидные тенденции. Существующие в потоке информации и визуальных образов потребители все больше ориентируются на опыт, переживание, "эмоциональную ценность" одежды. При этом, даже учитывая желание сегодняшних потребителей “создавать истории” с помощью подручных средств, в основном мы имеем дело с процессом де-семиотизации модной индустрии. В основе образов, которые мы встречаем каждый день и на улице, и в медиа – базовые, "символически разряженные" вещи, которые свободно комбинируются. Сложный крой и трудоемкий декор – то, чем раньше восхищали кутюрье, сегодняшняя все больше компенсируется эклектичным стайлингом – работой с необычными сочетаниями, прическами и макияжем.

Современная мода, таким образом, ориентирована в большей степени на стайлинг, чем на дизайн (продуктивной здесь будет аналогия с искусством - например, концептуализмом и классической живописью соответственно). Дизайн, понятый таким образом, оказывается связан с традиционной

высокой модой, по большому счету создающей сложные объекты для любования. Дизайнер в этом случае должен непременно обладать талантом и исключительностью, владеть искусством построения коллекции, создавать разветвленную систему образов вокруг ключевых тем. В последние же годы, наряду с модой-дизайном, занятой творчеством и созданием новых образов, набирает силу вторая линия, связанная со стайлингом и работающая с как будто уже существующими вещами. Самые очевидные примеры стайлинга – самые продаваемые на сегодня премиальные бренды Balenciaga, Off-White и Gucci. Ориентированные на стайлинг марки, как кажется, ничего не изобретают, а напротив, обращаются к знакомым и популярным элементам. Эклектичное сочетание фактур, принтов, декоративных элементов и изображений из области популярной культуры отчасти объясняется механизмом работы культурных индустрий, но также может быть связано с игрой, отказом от поиска идентичности и демонстрации образа, который можно было бы “считать” или идентифицировать.

Важно, что такое непрерывное стилеобразование не похоже, к примеру, на дрэг-перформанс - как перечисленные нами марки, так и потребители редко обращаются к некоторому образцу: “смысл” их нарядов не связан со значением. Единственный критерий, который, как кажется, в этих случаях предъявляется к одежде - это именно возможность непрерывной изменчивости. Если создательница теории гендерной перформативности Джудит Батлер видит выход из круга детерминации в политическом потенциале сдвигов, ошибок в цитировании образцов, расшатывании власти ригидных категорий изнутри, то здесь мы имеем дело скорее с вариациями и метаморфозами, не вступающими во непосредственное взаимодействие с доминантным дискурсом (именно стремление к более простым и быстрым изменениям собственного образа часто называют причиной постепенного

спада продаж одежды по сравнению с косметикой, предоставляющей большее разнообразие трансформаций). Такой непрерывный поток образов, задействующих ощущения собственного тела и соприкасающихся с ним материальных сред, можно считать перформативной практикой, активирующей перцепцию - его нельзя связать опытом нехватки, который мы безуспешно пытаемся компенсировать, имитацией или нормализацией.

Стайлинг, хотя дизайнер (или сам индивид, если мы говорим о повседневных практиках - изменение вектора современной моды особенно ярко проявляется в достаточно консервативной среде “высокой моды”, но не кажется исключительным случаем) и является их инициатором, не служит для выражения каких-то внеположных костюму значений. Поскольку такая внешняя форма не противоречит некоему скрытому содержанию, можно говорить о неразрывности в стилистических практиках внешнего и внутреннего, материального и смыслового. Таким образом, “смысл” одежды не лежит вне ее, а связан скорее с неопределенностью, изменением без основания, отказом от стабильной идентичности-сущности.

Хотя такой процесс стилеобразования, который можно сопоставить с практиками само-стилизации, описанными американским философом Ричардом Шустерманом, невозможен вне общества, успех этой практики зависит по большей части от того, насколько индивид открыт новым смыслам, новым культурам, новым взаимодействиям. Потенциальная незавершенность само-стилизации, при этом, не представляет проблемы: поставив под сомнение существование фиксированной, предшествующей всякому опыту “аутентичной сущности” индивида, Шустерман подчеркивает важность для само-стилизации “креативной работы с талантами, качествами, опытом и желаниями, которые индивид находит, приобретает, обогащая свою жизнь и отношения с другими людьми”

(Shusterman, 2002). Описанная нами десемiotизация модных практик, таким образом, не противопоставляется коммуникации и социальности. С другой стороны, эта тенденция все же не кажется удовлетворительной версией применения ресурсов медиальной среды восприятия для масштабных социальных изменений. Будучи основанными на потреблении (даже если такое “скольжение по каскаду образов” будет объединено с этическим принципом минимума вещей), подобные тактики медиализации перцептивного опыта неизбежно оказываются связаны с перепроизводством, социальным неравенством и зависимостью от инфраструктуры, хотя и обещают взамен активацию нашей чувствительности, более наполненную жизнь.

Актуальные замечания о перформативной идентичности, версию которой мы, как кажется, наблюдаем в сегодняшних практиках самостилизации, делает австралийская исследовательница Элизабет Гросс. Она пишет, что субъект свободно действует, только когда трансформируется, становится посредством своих действий. Свободные действия, акты, хоть мы и являемся их инициаторами, не связаны с нашей “внутренней сущностью”, а имеют отношение в большей степени к нашей витальности, генеративности, потенциальности - в них творчество, инновации, событие вдохновляют на более открытое и уважительное отношение к природе и вещам (Grosz, 2015). Именно такая открытость в сочетании с возвращением чувствительности, парализованной растущими инфопотоками, может оказаться более многообещающей, чем непрерывная смена собственного образа в рамках самостилизации, во многом связанной с зависимостью от капиталистической системы.

Интересно, что к схожим выводам приходят социологи, в работах которых обычно нет места понятиям «перцепции» и «опыта». Так, немецкий

социолог Герхард Шульце в статье “The Coming of the Intrinsic Age” корректирует собственную концепцию “общества переживания”. Его основная черта - возрастание роли “внутренней ориентации”, направленности интеллектуальных и физических усилий индивида на интенсификацию собственных ощущений. Область субъективных переживаний, согласно этой концепции, становится центральным фактором взаимодействий индивида и внешнего мира. Характерную для общества переживания стратегию выбора внешних ресурсов (в их числе потребительские товары, политические предпочтения, дружеские отношения, маршруты путешествий, карьера и даже религия) для достижения внутренних целей Шульце связывает со стремлением к “рациональности опыта” (Schulze, 2015). При этом отношения, которыми оказывается увлечен современный индивид, как считает Шульце - это, по большому счету, отношения с ним самим, для “выстраивания” которых он вынужден прибегать к различным формам пассивной стимуляции, предлагаемым на рынке переживаний. Никогда прежде, как указывает Шульце, мечты и стремление к счастью не были настолько рационализированы, формализованы, узаконены и демократизированы. Ориентация на переживание зачастую блокируется избытком возможностей - стремление к максимизации положительного опыта неизбежно вызывает сожаление о всех соблазнительных альтернативах, которые не были выбраны. Кроме того, как отмечает Шульце, в таких нормализующих условиях, поддерживаемых усилиями культурных индустрий, не может произойти ни революции, ни нарушения правил, ни какого-либо масштабного культурного движения.

Проблема рациональности опыта, как пишет Шульце, связана не со спецификой продукции культурных индустрий, и даже не с избытком или недостатком у современного индивида ресурсов и возможностей выбора:

так, экономическое благосостояние можно считать основанием для наполненной жизни и качественного личного времени, хоть оно и не может гарантировать счастье. Ошибка общества переживания - это скорее его хищнические тактики, связанные с использованием, потреблением внешних средств для достижения внутренних целей. Переживания становятся при этом конечным результатом (на такое стремление к завершенности мы указываем, например, когда, например, говорим о чем-то “это был удивительный опыт”), в то время как ощущение счастья - это скорее случайный побочный эффект непрерывного потока действий и событий. Поэтому лучшей стратегией рационализации опыта, как бы парадоксально это не звучало, по Шульце, оказывается отказ от рационализации опыта.

На смену “внутренней ориентации” в повседневных практиках, как считает Шульце, приходит (или должна прийти) тенденция к само-трансцендированию. Этот режим активности представляет собой самопревосхождение, противоположное эгоцентричной перспективе рационализации опыта, и абсолютную сосредоточенность на чем-то внеположном индивиду (другом человеке, пейзаже, работе, ситуации или задаче) взамен господствующей в “обществе переживания” концентрации на собственных ощущениях. В то же время, опыт само-трансцендирования все же в большей степени связан с определенным настроением воспринимающего - по аналогии с совершенством произведения искусства, которое, как считает Шульце, становится явным благодаря восхищенному взгляду, начинается с “искусства видеть”. Несмотря на используемое в работе Шульце противопоставление «внешнего» и «внутреннего», можно считать, что в опыте само-трансцендирования это разделение устраняется: взаимодействие индивида и среды приобретает черты потока, где обнаруживаются специфические – не-лингвистические – значения. Открытость и внимание внешнему, самозабвение, к которому призывает

Шульце, отказ от противопоставления себя возможностям среды можно считать одной из версий критики исключительности человека, господства разума над природой, антропо- и социоцентризма. При этом самотрансцендирование можно назвать во многом освобождающей ситуацией, внутри которой изнуряющая (и, по большей части, вынужденная) работа над собой - осциллирующим, неопределенным "я", сменяется открытостью и внимательным взаимодействием с объектами окружающего мира в медиальной среде чувственного восприятия, где исчезает разрыв между материальным и духовным, внутренним и внешним.

Примеры, в еще большей степени связанные с отказом от внешней активности, довольно подробно описаны авторами, работающими в области современной эстетики - эстетическое переживание в версиях Мартина Зееля, Ханса Ульриха Гумбрехта или Ричарда Шустермана, хотя и связывается с во многом эскапистскими практиками, все же обещает интенсификацию нашего присутствия в мире, "возвращение" в нашу собственную жизнь. Для Гумбрехта, например, эстетический опыт оборачивается "затерянностью в сосредоточенной интенсивности", а свойственное ему колебание между "эффектами присутствия" и "эффектами значения" требует настройки, культивирования тела и переживания (Гумбрехт, 2006). Столкновение со случайностью, "продуктивную пассивность", растворение в объекте восприятия интерпретируют упомянутые нами Готфрид Бем и, к примеру, теоретики аффекта, распознающие в нарушении привычного хода вещей некоторый эмансипаторный потенциал.

В то же время, стоит принять во внимание, что любая случайность, сильный аффект не обязательно будут связаны с приятным интенсивным опытом или приведут к счастью, поиском гарантов которого озабочены социологи, к

исследованиям которых обращается Шульце, - опыт открытости вполне может быть травматичен. На сложности, которые предполагает обращение к само-трансцендированию, указывает и сам Шульце - его формами вполне можно считать и монашеский аскетизм, и жизнь под властью идеологии (фашистской или коммунистической), и сегодняшний религиозный фундаментализм, и различные формы аддикции. Такого рода тенденции, впрочем, также могут считаться закономерной реакцией на беспрецедентное расширение возможностей выбора и принудительную креативность - ведь в западной культуре сегодня нет места усталости. Как пишет другой немецкий социолог, Андреас Реквиц, креативность, которую ранее можно было считать персональным качеством человека, связанным с его “приватным самовыражением”, в позднем модерне превратилась в структурирующий принцип общественной и экономической жизни, форму социального контроля, приобрела черты императива и социального ожидания (Reckwitz, 2017, 2). Творчество и стремление к оригинальности, насаждаемое неолиберальной экономикой, связано теперь не с эмансипаторными возможностями, но с болезненным перфекционизмом в отношении себя и других, невозможными ожиданиям и, в конечном счете, отчуждением.

Сопровитвлением такому отчуждению, по Реквицу, можно считать повседневные практики, связанные с профанной креативностью, где эстетическое производство и эстетический опыт оказываются неразрывно связаны. Индивид в этих практиках ищет не признания, а интенсификации своего взаимодействия с миром. В них, по сути, нет ни производителя, ни потребителя, ни сырья, ни конечного продукта - действие происходит в гетерогенной сети из объектов разной природы. Отметим, что подобная концептуализация пространственного характера взаимодействия с материально-смысловой средой позволяет отказаться от

противопоставления мира и субъекта и подчеркнуть непрерывность их взаимной трансформации. Профанная креативность оказывается связана не с талантом или озарением, не со стремлением к конечному продукту-результату, а с последовательными трансформациями, протяженностью. Ее практики предполагают отказ от участия в безумной всеобщей конкуренции и спад “внешней” активности, к которому призывает и уже упоминавшийся нами Франко Берарди. Эстетике, которая, для Берарди, “исследует контакт между кожей (кожей, чувствительной поверхностью нашего тела-сознания) и различными химическими, физическими, электрическими и информационными потоками” многое предстоит сделать с современной психопатологией контакта, деструктивными эффектами ускорения информационного потока и прекаризации социального существования. Обращаясь к работам Феликса Гваттари, Берарди описывает изменяющийся, замедленный мир как “континуум различных сущностей, связанных в эпидермальном контакте друг с другом” (Берарди, 2014). Стратегии сдерживания, которые требуются современной культуре, таким образом, можно назвать экологическими в гибсоновском смысле - они должны быть связаны с уважением, внимательным отношением к взаимодействию со средой. Радикальная открытость неопределенности, переход от “быстрого” (ориентированного на объекты и символы) к “медленному” (совпадающему с пространственно-временной протяженностью воспринимаемого) восприятию, отказ от “застывшей” идентичности, хотя и не могут быть достигнуты с помощью универсальных рецептов, оказываются связаны с осмысленностью, надеждой на жизнь в толерантном гетерогенном мире, где вместо границ между внешним и внутренним, человеческим и не-человеческим проявляется пространство связей и взаимодействий.

Заключение

В рамках данной работы, методологическим ресурсом для которой послужили современные теории восприятия, настаивающие на активном, транзакционном характере этого процесса, мы рассмотрели возможности социальных и культурных изменений, которые предоставляет перцепция, “осуществляемая” в непрерывном контакте с миром. Для описания практик повседневной перцепции мы обратились к понятию медиализации, которое описали как перформативное “продуктивное опосредование”, создание особого медиального пространства для взаимодействия с миром.

Интенсификация взаимодействия современного индивида с материальным, визуальным и образным может нести в себе определенную угрозу - психопатологий, потери эмпатии, ощущения опустошенности, беспомощности и прекарности, как было описано в первой главе нашего исследования. В то же время, как мы показали, жители современного города, наполненного поверхностями-медиумами, очевидно открытыми для интервенций извне (медиакорпораций, идеологическому воздействию и т.п.), все же получают доступ к пространству аффективного и образного, допускающих инновацию, выход за пределы привычных понятий и рамок, отведенного места и роли. Кроме того, дифференцированные материальные среды современной культуры могут рассматриваться не только в контексте индивидуальных перцептивных актов, но и в качестве перформативно организуемых пространств коммуникации. В связи с этим можно заключить, что понятие социального действия сегодня может быть пересмотрено. Оно должно включить в себя формы активности, которые прежде либо вовсе исключались из категории действия, либо оставались за пределами интересов социальной теории: различные формы эстетического опыта, практики в рамках “профанной” креативности, аудиальное,

визуальное восприятие, повседневный опыт, связанный с тактильными ощущениями, вкусами и запахами.

В связи с изменением структуры повседневных практик мы охарактеризовали эмансипаторное измерение медиализации перцептивного опыта. На смену “внешней” медиализации, предполагающей потребительское отношение к ресурсам среды и имеющей своей целью достижение интенсивного опыта, “законченного” переживания, как представляется, должна прийти медиализация внутренняя - связанная с перформативностью и перцепцией. Именно на активацию перцепции могут быть направлены сегодняшние взаимодействия индивидов как с материальными средами, так и с областью имагинативного. Это творчество, направленное не на признание и результат, но на интенсификацию присутствия в мире благодаря последовательным (само)трансформациям, чувствительности и открытости. Возможно, именно с такими чертами профанной креативности может быть связано решение проблем современной психопатологии контакта, сопротивление патологическими эффектам ускорения информационного потока и прекаризации социального существования. Такие тенденции подтверждают необходимость изменения инструментария социальной и культурной теории для адекватной работы с ориентированными на перцепцию практиками. Культурные исследования, таким образом, должны обратиться не только к аффективным и эмоциональным аспектам повседневной жизни, но и к социальным функциям повседневной перцепции.

Список использованной литературы

1. *Беньямин В.* (1996) Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости // *Беньямин В.* Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. М.: Медиум
2. *Берарди Ф.* (2014) Пересматривая медиаактивизм // сайт gefter.ru. 27 октября (<http://gefter.ru/archive/13394>)
3. *Бодрийяр Ж.* (2015) Эстетика утраты иллюзий // сайт syg.ma. 22 июля (<https://syg.ma/@klimov/zhan-bodriiar-estietika-utraty-illiuzii>)
4. *Гумбрехт Х.-У.* (2006) Производство присутствия: Чего не может передать значение. М.: Новое литературное обозрение.
5. *Дебор Г.* (1999) Общество спектакля. М.: Логос.
6. *Латур Б.* (2014) Пересборка социального: введение в акторно—сетевую теорию. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
7. *Маркузе Г.* (1994) Одномерный человек. М.: Американская социологическая мысль.
8. *Флэтли Дж.* (2000) Москва и Меланхолия // Логос №5/6 (26)
9. *Baudrillard J.* (1983) Simulations. New York: Semiotext(e).
10. *Boehm G.* (2012) Representation, Presentation, Presence: Tracing the Homo Pictor // *Alexander J., Bartmanski D., Giesen B.* (Eds.) Iconic Power: Materiality and Meaning in Social Life. New York: Palgrave McMillan
11. *Bohme G.* (2003) Contribution to the critique of the aesthetic economy // Thesis Eleven. № 73. (1). P.71-82
12. *Coccia E.* (2016) Sensible life: a micro-ontology of the image. Fordham University Press
13. *Crowther P.* (2009) Phenomenology of the Visual arts (even the frame). Stanford: Stanford University Press

14. *Fisher M.* (2014) *Ghosts of My Life: Writings on Depression, Hauntology and Lost Futures.* Alresford: Zero Books
15. *Grosz E.* (2015) *Feminism, Materialism, and Freedom // Cox C., Jaskey J., Malik S.* (Eds.) *Realism Materialism Art.* NY: Sternberg Press
16. *Latour B.* (2002) *What is Iconoclasm? Or is There a World Beyond the Image Wars? // Latour B., Weibel P.* (Eds) *Iconoclasm: Beyond the Image Wars in Science Religion and Art.* Cambridge: The MIT Press
17. *Marks L.* (2008) *Thinking Multisensory Culture // Paragraph, Volume 31, Number 2, July 2008*
18. *Massumi B.* (1996) 'The autonomy of affect', in *Deleuze: a Critical Reader*, ed. P. Patton, Blackwell, Oxford. P. 217–239.
19. *Mitchell W.J.T.* (2005) *What Do Pictures Want: The Lives and Loves of Images.* Chicago: The University of Chicago Press
20. *Noë A.* (2012) *Varieties of Presence.* Cambridge: Harvard University Press
21. *Polanyi M.* (1970) *What Is a Painting? // The American Scholar, Vol. 39, No. 4 (Autumn, 1970)*
22. *Reckwitz A.* (2017) *The Invention of Creativity: Modern Society and the Culture of the New.* Cambridge: Polity.
23. *Schulze G.* (2015) *The Coming of the Intrinsic Age // Michelsen A., Tygstrup F.* (Eds.) *Socioaesthetics: Ambience - Imaginary.* Leiden | Boston: Brill.
24. *Sedgwick E. K.* (2003) *Touching Feeling: Affect, Pedagogy, Performativity,* Durham: Duke University Press.
25. *Shusterman R.* (2002) *Self-styling after the "end of art: an interview with Richard Shusterman // Parachute. №105.*
26. *Welsch W.* (1996) *Aestheticization processes // Theory, Culture & Society. Vol. 13 (1) P. 1-24.*

27. *Wolff J.* (2012) *After Cultural Theory: The Power of Images, the Lure of Immediacy* // *Journal of Visual Culture* 11:3