

Том 25

#3 (105)

2015

Издательство

Института

Гайдара

Москва



LOGOS. Volume 25, #3(105) 2015

Philosophical and Literary Journal

PUBLISHED SINCE 1991, FREQUENCY—SIX ISSUES PER YEAR

ESTABLISHER—GAIDAR INSTITUTE FOR ECONOMIC POLICY

EDITOR-IN-CHIEF Valery Anashvili

EDITOR Michail Maiatsky

EDITORIAL BOARD: Alexander Bikbov, Vyacheslav Danilov, Dmitriy Kralechkin,
Vitaly Kurennoy (*science editor*), Inna Kushnaryova, Michail Maiatsky,
Yakov Okhonko (*executive secretary*), Alexander Pavlov, Artem Smirnov,
Rouslan Khestanov, Igor Chubarov

EDITORIAL COUNCIL: Petar Bojanić (*Belgrade*), Georgi Derluguian (*New York, Abu-Dhabi*),
Boris Groys (*New York*), Gasan Guseynov (*Basel*), Klaus Held (*Wuppertal*), Leonid Ionin (*Moscow*),
Boris Kapustin (*New Haven*), Vladimir Mau (*Council Chair, Moscow*), Christian Möckel (*Berlin*),
Victor Molchanov (*Moscow*), Frithjof Rodi (*Bochum*), Blair Ruble (*Washington*),
Sergey Sinelnikov-Murylev (*Moscow*), Maxim Viktorov (*Moscow*), Mikhail Yampolsky (*New York*),
Slavoj Žižek (*Ljubljana*), Sergey Zuev (*Moscow*)

EXECUTIVE EDITOR Elena Popova

DESIGN AND LAYOUT Sergey Zinoviev

COVER Vladimir Vertinskiy

EDITOR Artem Morozov

PROOFREADER Lyubov Agadulina

PROJECT MANAGER Kirill Martynov

WEBSITE EDITOR Egor Sokolov

ENGLISH LANGUAGE EDITOR Olga Zeveleva

E-mail: logosjournal@gmx.com

Website: <http://www.logosjournal.ru>

Facebook: <https://www.facebook.com/logosjournal>

Twitter: https://twitter.com/logos_journal

Certificate of registration ПИ № ФС77-46739 of 23.09.2011

Subscription number in the unified catalogue "Pressa Rossii" — 44761

ISSN 0869-5377

All published materials passed review and expert selection procedure

© Gaidar Institute Press, 2015

<http://www.iep.ru/>

Print run 1000 copies

ЛОГОС. Том 25, #3(105)2015

Философско-литературный журнал

ИЗДАЕТСЯ С 1991 ГОДА, ВЫХОДИТ 6 РАЗ В ГОД

УЧРЕДИТЕЛЬ – ФОНД «ИНСТИТУТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

ИМ. Е. Т. ГАЙДАРА»

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР Валерий Анашвили

РЕДАКТОР-СОСТАВИТЕЛЬ НОМЕРА Михаил Маяцкий

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ: Александр Бикбов, Вячеслав Данилов, Дмитрий Кралечкин, Виталий Куренной (*научный редактор*), Инна Кушнарева, Михаил Маяцкий, Яков Охонько (*ответственный секретарь*), Александр Павлов, Артем Смирнов, Руслан Хестанов, Игорь Чубаров

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ: Петар Боянич (*Белград*), Максим Викторов (*Москва*), Борис Гройс (*Нью-Йорк*), Гасан Гусейнов (*Базель*), Георгий Дерлугьян (*Нью-Йорк, Абу-Даби*), Славој Жижек (*Любляна*), Сергей Зуев (*Москва*), Леонид Ионин (*Москва*), Борис Капустин (*Нью-Хейвен*), Владимир Мау (*председатель совета, Москва*), Кристиан Меккель (*Берлин*), Виктор Молчанов (*Москва*), Фритьоф Руди (*Бохум*), Блэр Рубл (*Вашингтон*), Сергей Синельников-Мурылев (*Москва*), Клаус Хельд (*Вупперталь*), Михаил Ямпольский (*Нью-Йорк*)

Выпускающий редактор Елена Попова

Дизайн и верстка Сергей Зиновьев

Обложка Владимир Вертинский

Редактор Артем Морозов

Корректор Любовь Агадулина

Руководитель проектов Кирилл Мартынов

Редактор сайта Егор Соколов

Редактор английских текстов Ольга Зевелева

E-mail редакции: logosjournal@gmx.com

Сайт: <http://www.logosjournal.ru>

Facebook: <https://www.facebook.com/logosjournal>

Twitter: https://twitter.com/logos_journal

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-46739 от 23.09.2011

Подписной индекс в Объединенном каталоге «Пресса России» – 44761

ISSN 0869-5377

Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования
и экспертного отбора

© Издательство Института Гайдара, 2015
<http://www.iep.ru/>

Отпечатано в филиале «Чеховский печатный двор»

АО «Первая образцовая типография».

142300, Московская обл., г. Чехов, ул. Полиграфистов, 1.

Тираж 1000 экз.

Contents

- 1** *Polina Khanova*. From Clarkson to Heidegger
- 19** *Simon Kordonsky, Valery Bardin*. Applied Hermeneutics of the Information Space: Worldviews, Theoretical Ontologies, and Fractal Matrix Tables

LABOR, KNOWLEDGE AND LEISURE IN POSTINDUSTRIAL SOCIETY

- 46** *Otium* for Nobody?
- 51** *Antonella Corsani*. Transformation of Labor and its Temporalities: Chronological Disorientation and the Colonization of Non-working Time
- 72** *Michail Maiatsky*. Liberation from Work, Unconditional Income and Foolish Will
- 88** *Payal Arora*. The Leisure Factory: Production in the Digital Age
- 120** *Manola Antoniolli*. The Aesthetic Stage of Production/Consumption and the Revolution of a Chosen Temporality
- 138** *Nello Barile*. Branding the Self in the Age of Emotional Capitalism. The Exploitation of Prosumers, from the Rhetoric of “Double Bind” to the Hegemony of Confession
- 162** *Alexander Suvalko*. Labor, Education, and the Social Function of Money in Popular Culture: the case of HBO’s *Girls*

STORYTELLING

- 177** Storytelling: from Scheherazade to Freud’s Nephew
- 179** *Frédéric Neyrat*. Twilight Imagination: Fiction, Myth, and Illusion
- 197** *Elena Rozhdestvenskaya*. Transmedial Storytelling in Search for a “Russian National Idea”
- 224** *Joseph Belletante*. History and Legitimation: the USA in the “War on Terror” (2001–2004)

Содержание

- 1** *Полина Ханова.* От Кларксона до Хайдеггера
- 19** *Симон Кордонский, Валерий Бардин.* Прикладная герменевтика информационного пространства: картины мира, теоретические онтологии и веерные матрицы

ТРУД, ЗНАНИЕ, ДОСУГ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОМ ОБЩЕСТВЕ

- 46** *От редакции.* Otium для никого?
- 51** *Антонелла Корсани.* Трансформации труда и его темпоральностей. Хронологическая дезориентация и колонизация нерабочего времени
- 72** *Михаил Маяцкий.* Освобождение от труда, безусловное пособие и глупая воля
- 88** *Паяль Арора.* Фабрика досуга: производство в цифровой век
- 120** *Манола Антониоли.* Эстетическая стадия производства/потребления и «революция времени по выбору»
- 138** *Нелло Бариале.* Брендинг «я» в эпоху эмоционального капитализма. Эксплуатация «просьюмеров» от риторики *double-bind* к гегемонии исповеди
- 162** *Александр Сувалко.* Труд, образование и социальная функция денег в массовой культуре (случай сериала *Girls*)

СТОРИТЕЛЛИНГ

- 177** *От редакции.* сторителлинг: от Шахерезады к Племяннику Фрейда
- 179** *Фредерик Нейра.* Сумеречное воображение: вымысел, миф и иллюзия
- 197** *Елена Рождественская.* Трансмедиаальный сторителлинг в поисках «Национальной идеи России»
- 224** *Жозеф Бельтант.* История и легитимация: Соединенные Штаты Америки в «войне против терроризма» (2001 – 2004)

Объединенный каталог
«Пресса России»
подписной
индекс **44761**
В отделениях связи
«Почта России»

От Кларксона до Хайдеггера

Полина Ханова

Аспирант департамента философии факультета социальных наук Университета Уорвика (Великобритания).

Адрес: Gibbet Hill Road, CV4 7ES Coventry, UK.
E-mail: linakhanova@gmail.com.

Ключевые слова: Джереми Кларксон; Хайдеггер; «Черные тетради»; критическое мышление; медиа; ошибка атрибуции; миф о Джонсе.

Статья посвящена рассмотрению паттернов и эпистемических ошибок, вписанных в идеологию средств массовой информации, — «фунда-

*Джентльмены, у меня
плохие новости. Мы все
находимся в фильме.*

*(Летающий укр
Монти Пайтон.
«Общество складывание
одних вещей на другие».)*

Все началось с того, что закрыли мою любимую автомобильную программу *Top Gear*. Российская пресса вяло отреагировала на это событие, меркнувшее на фоне более значительных политических новостей. Вкратце произошло следующее. Ведущий *Top Gear* Джереми Кларксон в подпитии двинул в ухо одному из работников выпускающей шоу телекомпании Би-би-си. И все бы ничего, если бы Кларксон давно не доставлял всякого рода неудобства руководству студии, для которого инцидент стал последней каплей. Кларксон был с треском уволен, двое других ведущих программы ушли вслед за ним. Шоу сняли с эфира посреди сезона, а в интернете рванула

ментальной ошибки атрибуции» и «мифа о Джонсе» — на примере двух недавних скандалов: увольнения ведущего Джереми Кларксона с Би-би-си и публикации хайдеггеровских «Черных тетрадей». Эти два события являются примерами одного и того же явления: фундаментально-го сдвига в базовых очевидностях функционирования человеческой коммуникации, который вскрывает лежащие в их основе существенные ценностные решения, чье влияние выходит далеко за пределы шоу-бизнеса или журналистики. Стремление к объективности, или, как это называет Джон Ло, доминирование буквальной репрезентации, может выглядеть полезным для коммуникации, но имеет результатом убеждение, глубоко укорененное в европейско-американской цивилизации: убеждение о неразрывной связи между тем, что человек говорит и делает, и его ментальными диспозитивами.

Хабермасовский идеал коммуникации на деле оказывается репрессивной структурой, маргинализирующей способность к различению уровней коммуникации, владение иронией, метафорой и юмором в научном и философском дискурсах. Обсуждение «проблемных» тем, которые обычно и требуют тонкого владения уровнями коммуникации, в результате становится просто запретным, поскольку любой участник коммуникации, поднимающий эту тему, неизменно оказывается причислен к обвиняемой стороне. В список таких тем уже попали расизм, гомофобия, террористические идеологии и нацизм. Вместо того чтобы улучшать коммуникацию, идеал объективного письма, доминирующий в европейско-американской культуре, просто закрывает те пространства диалога, которые не отвечают высокому хабермасовскому идеалу всеобщего дружелюбия.

информационная война. И если бы только в интернете! Для Британии «дело Кларксона» едва не затмило грядущие парламентские выборы.

Почти мгновенно выяснилось, что сторонники Кларксона весьма суровы: интернет-петиция за возвращение хулигана на работу стартовала, как ракета, набрав полмиллиона подписей за первые сутки и еще миллион за следующую неделю¹, превывсив численность членов всех политических партий страны вместе взятых. Дабы развеять последние сомнения в серьезности происходящего, ящик с миллионом подписей доставили в штаб телекомпании Би-би-си на танке. По другую сторону баррикад противники Кларксона, леволиберальные журналисты из газет вроде *The Guardian* и *The Independent*, и их аудитория преисполнились праведной радости и пустились в составление списков обид, нанесенных ведущим демократии, культуре, экологии и миру во всем мире.

В чем тут дело? Что заставляет половину британского общества бросаться на амбразуру ради ведущего телепрограммы про

1. См. URL: <https://www.change.org/p/bbc-reinstate-jeremy-clarkson>.

автомобили, а другую — прорываться к его дому с вилами и факелами? И почему это важно?

Объяснить, кто такой Кларксон, тому, кто не видел его «в действии», очень трудно. Еще труднее объяснить, что 350 млн человек по всему миру находят в довольно легкомысленном телешоу про автомобили, в котором три пожилых, не особо симпатичных, плохо одетых англичанина рассказывают про особенности подвески у нового *Lamborghini*, грязно шутят, роняют рояли с вертолета и периодически что-нибудь взрывают. Однако цифры говорят сами за себя: это самое популярное телешоу в мире, его ведущие проводят живые концерты, собирая стадионы, а их мировая аудитория больше половины всего населения Британии.

Конечно, *Top Gear* — не обычное автомобильное телешоу. Это сложный гибрид тревелога, квеста в духе «Индианы Джонса», ситкома (сами авторы регулярно сравнивают себя с древним, но по-прежнему популярным английским сериалом *Last of the Summer Wine*), злободневного политического ток-шоу и стендапа. Говорят, что *Top Gear* восполняет утраченный формат странствующего цирка, с автомобилями вместо дрессированных зверей и Кларксоном как его душой и двигателем.

Именно злободневно-публицистическая часть программы и виновна в бесчисленном числе попыток уволить ведущего. Проблема — в специфическом чувстве юмора Кларксона: в мире нет, наверное, ни одной миноритарной социальной группы (за исключением, может быть, больных СПИДом эфиопов-трансвеститов... Хотя, нет, это тоже было), которой он не наступил бы на больную мозоль. В Британии он имеет славу человека, ненавидеть которого легко и приятно. Таблоиды, соревнующиеся в составлении списков его неуместных высказываний, успели окрестить Кларксона расистом, шовинистом, гомофобом, консерваторм, коммунистом (о, уже пошли взаимоисключающие параграфы...), националистом, коллаборационистом и навесить множество других, не всегда даже сформулированных ярлыков (как называть человека, который идейно ненавидит борцов за окружающую среду? А оскорбителя питонов? А ненавистника валлийцев и дальнбойщиков?). В каком-то смысле Кларксон — самый толерантный человек в мире: он оскорбляет всех равномерно и непредвзято. И делает это убийственно смешно. Поэтому не проходит и месяца, чтобы очередные униженные и оскорбленные не попытались добиться его увольнения или банально забросать его камнями (по мере набора передач популярности, — а идет она уже больше 10 лет, — общественное воз-

мушение эволюционировало от гневных писем в адрес руководства Би-би-си через бросание тортами² до международных нот протеста в посольства³).

Во время съемок последнего сезона на Фолклендских островах съемочную команду вполне недвусмысленно попытались линчевать⁴. Столкновение с толпой аргентинских националистов завершилось побегом через границу в Чили, травмами и побитыми окнами машин, после того как номерной знак одной из них — H982FKL — был воспринят как шутка о Фолклендской войне 1982 года. Имела ли место шутка в действительности, до сих пор до конца не известно; интерес представляет сам факт. Если шутка действительно была, то она совершенно не выбивается из обычного стиля *Top Gear*; если это было случайное совпадение, то оно прекрасно отражает ожидания публики. Дискуссия о том, имело ли место оскорбление ветеранов войны за Фолклендские острова, полыхала довольно долго. С одной стороны, такие события вызывают к продолжению диспута о том, что толерантность и политкорректность сами по себе являются репрессивными структурами. Некоторое время в *Twitter* была очень популярна запись *Je suis Jeremy!* (отсылка, разумеется, к убийству исламистами сотрудников редакции журнала *Charlie Hebdo*). Сам Джереми Кларксон отметил эту аналогию в своей колонке в газете *Sun*: концепция «справедливой» реакции на оскорбление остается размытой и двусмысленной, поскольку люди, которые утверждают, что команда *Top Gear* своей шуткой «нанесла оскорбление» аргентинскому народу и, соответственно, заслужила дальнейшую агрессию, — это те же самые люди, которые встали стеной за право журналистов *Charlie Hebdo* оскорблять исламистов. Так у нас свобода слова или не свобода слова? Но дискуссия о праве на смех и границах между юмором и оскорблением — не тема этого текста.

Случай на Фолклендах — лишь один небольшой пример того, что за карьеру Джереми Кларксона происходило регулярно. И интересно здесь то, что множество абсолютно вменяемых британских журналистов совершенно серьезно бросаются обвинять или защищать Кларксона за сказанное им в очередной се-

2. Degree honour Clarkson hit by pie // BBC News. 12.09.2005. URL: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/oxfordshire/4235742.stm>.
3. BBC offers apology for Top Gear comments on Mexico // BBC News. 4.02.2011. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-12361790>.
4. Top Gear: Argentina makes formal complaint to the BBC // BBC News. 24.11.2014. URL: <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-30175708>.

рии. На мой взгляд, это выдает некий фундаментальный сдвиг в базовых очевидностях человеческой коммуникации, который вскрывает лежащие в их основе существенные ценностные решения, чье влияние выходит далеко за пределы шоу-бизнеса или журналистики. В самом деле, трудно поверить, что журналисты *The Guardian* не понимают разницы между телевидением и реальной жизнью или не знают, что каждая шутка прописывается в сценарии, над которым работает добрый десяток человек; что каждый «ксенофобский» гэг отрепетирован, а любой экспромт проходит через руки режиссера и монтажников, которые решают, что пойдет в эфир, а что в корзину. И тем не менее реагируют на это так, будто все произносится взаправду. Подобно дешевому и неуклюжему автомобильчику *Morris Marina*, на который при каждом появлении неизменно падает пианино⁵. Тоже, видимо, взаправду.

Это непонимание сродни тому, когда за согласие с автором текста принимают его репост в *Facebook*'е. Стоило автору этих строк перепостить выложенную Славоем Жижекком ссылку на текст «Что делать, если твой друг — коммунист»⁶, как мне немедленно пришлось иметь дело с встревоженными родными и знакомыми, интересующимися, давно ли я стала коммунистом. Но это смешно, а вот активистка Елизавета Лисицына из Иваново чуть не провела четыре года в тюрьме по обвинению в распространении экстремистских материалов, перепостив «Обращение украинцев к народам России» из группы *Anarcho News*⁷.

Все это — частные примеры глубинного непонимания разницы между публичной персоной и личными взглядами. Столь очевидное для подозрительного русского разума, это непонимание тем не менее составляет обратную сторону очень важного элемента тех самых «европейских ценностей», к которым нам столь часто и настойчиво предлагается стремиться.

Попробуем объяснить это так. Уилфрид Селларс в книге «Эмпиризм и философия сознания» предложил так называемый

5. Вызывая, разумеется, бурю негодования со стороны клуба владельцев *Morris Marina*, которые засыпают Би-би-си гневными письмами.

6. См.: Wolters E. What to do if Your Friend is a Communist: The Hilarious Wikihow Guide//Critical Theory. 25.04.2014. URL: <http://www.critical-theory.com/what-to-do-if-your-friend-is-a-communist-the-hilarious-wiki-how-guide/>.

7. Tetych. В Иваново вынесут приговор беременной девушке за репост. Грозит 4 года лишения свободы//Роскомсвобода. 11.03.2015. URL: <http://rublacklist.net/10677> Дата обращения: 26.06.2015.

миф о Джонсе⁸. Вкратце суть его в следующем. Допустим, что когда-то давно древние люди, едва перешедшие от примитивной жестозвуковой коммуникации к языку, общались между собой на чисто бихевиористском языке. Они говорили не «этот человек веселый», а «он часто смеется»; не «мне грустно», а «я сейчас заплачу» и т.д. Но однажды некий воображаемый гений с условным именем Джонс изобрел понятие ментального состояния. Он сказал: давайте для простоты общения предположим, что наши слова и действия порождаются некими невидимыми событиями, которые мы будем называть чувствами. Давайте предположим, что мы как бы постоянно говорим, только беззвучно, и будем называть это мыслями. Так удобнее объяснять и предсказывать действия других людей, сказал Джонс. И все начали описывать свои слова и действия в терминах ментальных состояний⁹.

Предполагается, развивая Селларса, что цивилизация пошла дальше, что следом Джонс догадался, что произносить вовне можно не совсем то, что говоришь внутри, и изобрел ложь, шутку и выдумку¹⁰. В результате, задавшись целью проследить внешние проявления не только до ментальных состояний («мне грустно», «он сердится»), но до диспозитивов («она веселая», «он обидчивый», «она добрая»), люди пришли к тому, что любое слово или действие стало пониматься как каким-то образом выражающее некий диспозитив, который будет похожим образом действовать не только в отношении этого конкретного слова или действия сейчас, но и в будущем. В этом состояла суть открытия Джонса: гипотеза внутренних диспозитивов, которые (относительно) стабильны, позволяет лучше предсказывать поведение.

Обратная сторона этого открытия называется фундаментальной ошибкой атрибуции. В удобной формулировке Дэниела Гилберта и Патрика Малоуна,

Фундаментальная ошибка атрибуции — склонность делать выводы об уникальных и постоянных чертах человека

8. *Sellars W. Empiricism and the Philosophy of Mind*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.
9. Хорошее описание и комментарий к «мифу о Джонсе» дает Рэй Брасье в: *Brassier R. Nihil Unbound: Enlightenment and Extinction*. L.: Palgrave Macmillan, 2007.
10. Кстати, Селларс в своей мифологизации весьма близок к куда более реалистическому Борису Поршневу, который описывает появление ментальных состояний как вполне реальный антропологический факт и именно результат интериоризации языка (см.: *Поршнев Б. О начале человеческой истории (проблемы палеопсихологии)*. М.: Мысль, 1974).

на основе его поведения, которое может полностью объясняться ситуацией, в которой он находится¹¹.

То есть речь идет о тенденции объяснять поступки других людей их внутренними свойствами, а не привходящими обстоятельствами, а собственное поведение, наоборот, — внешними каузальными цепочками. Нас здесь интересует первая половина этой ошибки: если мы видим, как другой человек кидает тапком в компьютер, мы, скорее, предположим, что этот человек по сути своей вспыльчив и склонен к иррациональным поступкам, то есть впишем это действие в некоторое правило, чем попытаемся восстановить внешнюю цепочку событий, которая могла бы объяснить это действие как одиночное. Из этой ошибки вырастает другая.

Джон Ло в своей книге «После метода» жалуется на то, что в европейско-американской цивилизации доминирует так называемый объективистский язык. Предполагается, что «все, что может быть сказано, может быть сказано ясно» (Витгенштейн), а метафора и прочие ухищрения на стороне языка описания проходят по ведомству беллетристики и фантазии. Эту тенденцию можно заметить в любой инструкции или любом пособии по написанию академических статей: текст должен быть написан таким образом, чтобы минимизировать двусмысленность и довести высказывание до максимальной «прозрачности», невидимости, как если бы факты говорили сквозь него сами и без малейшего искажения.

Иногда говорят, что аллегория — утерянное искусство, что в европейско-американском мире мы утратили умение говорить или выражать вещи непрямым образом. Если это так, то причин этому, вероятно, две. Во-первых, аллегория как форма искусства процветает в тех контекстах, где имеет место открытое подавление. <...> Сегодня Европа и Америка в основном имеют счастливую возможность жить в государствах, где открытое политическое давление минимизировано. Поэтому стилизованные формы аллегории не культивируются как необходимая форма общественной жизни.

В этом контексте интереснее вторая причина. Она связана с доминированием буквальной репрезентации. Описания опи-

11. Gilbert D., Malone P. The Correspondence Bias // Psychological Bulletin. January 1995. Vol. 117. № 1. P. 21–38. См. также: Юдковский Э. Фундаментальная ошибка атрибуции // LessWrong. URL: http://lesswrong.ru/w/Фундаментальная_ошибка_атрибуции.

сывают непосредственно. Это считается целью и, по-видимому, достижением во многих или даже в большинстве форм репрезентации в Европе и Америке. Физика, биомедицинские и социальные науки, а также политика, журналистика и новостные передачи... считается, что реальность, которая делается явной, авторизует репрезентацию, которая якобы является производной от нее¹².

Ключевые слова — о том, что «описания, описывающие непосредственно», считаются целью и достижением в европейско-американской культуре, — указывают на ценностный аспект происходящего. Это не только дискурсивная форма, но и некоторое высказывание о социальном порядке. Сложив эти два и два, получаем следующее: западная цивилизация пребывает в глубоко убеждении о неразрывной связи между тем, что человек говорит и делает, и его ментальными диспозитивами: слова и действия человека объективно отражают его мысли и убеждения¹³.

В английской культуре, в отличие от американской, — возможно, благодаря долгой традиции литературной иронии — тонкое искусство намекать, метафоры и чтения между строк на бытовом уровне еще не утрачено¹⁴. Но когда дело доходит до важных во-

12. Ло Дж. После метода: беспорядок и социальная наука. М.: Издательство Института Гайдара, 2015. С. 184.

13. Заметим, что это может также служить объяснением популярности психотерапии в пространстве доминирования европейско-американской установки: то, что является практической сущностью психотерапевтической процедуры — экстериоризация, высказывание наружу своего внутреннего мира, — рассматривается как самоцель и однозначно позитивный результат. Экстериоризованное является здоровым и безопасным; если же пациент не хочет говорить об этом, значит, имеет место что-то болезненное/подозрительное.

14. Является ли русскоязычная культура в этом смысле исключением? Назвав русский разум «подозрительным», я иду на довольно широкое обобщение, основанное, однако, на некоторых гипотезах, эмпирическая проверка которых представляла бы большой интерес. Джон Ло не зря отмечает роль политического давления в развитии искусства читать между строк. Конечно, у Европы нет за спиной семидесяти лет тотального двоемыслия, а у нас есть. Мы видим третье, четвертое и пятое донья там, где порой нет и второго. Лучше это или хуже — отдельный вопрос. Но, за исключением этого квазиисторицистского наблюдения, мне пока нечем подтвердить, что это различие именно культурно обусловлено, что русское мышление в этом отношении отличается от западного, а западное, в свою очередь, единообразно. Газетные колонки Джереми Кларксона частично опубликованы на русском языке (напр., *Кларксон Д. Рожденный разрушать*. М.: Альпина нон-фикшн, 2011;

просов, даже здесь господствует та же всесокрушающая наивность. Если человек ест торт, значит, он любит сладкое. Если человек пришел в церковь, значит, он верующий. Если человек произнес сексистскую шутку, значит, он сексист. Если человек сказал, что Маркс был прав, значит, он коммунист.

Простое предположение, что некоторые вещи люди говорят и делают в шутку, или ради денег, или по глупости, или с глубоким отвращением к себе, или на спор, или иронически, оказывается в такой установке закрытым. Это называется неразличением коммуникативных уровней: есть прямая речь, есть рассказ, есть рассказ о рассказе и т.д. На умении отличать их друг от друга, на понимании, что рассказывающий анекдот на самом деле не думает так, как говорят персонажи анекдота, и что в театре людей убивают понарошку, держится вся культура. Культура доминирующего объективизма пытается свести эту иерархию уровней в один — прямого сообщения. Когда «я говорю, что р» действительно совпадает с просто «р». Намек, метафора и ирония, напротив, сложные случаи, требующие очень тонкого владения уровнями коммуникации, и в культуре объективизма они отмирают первыми.

Сочетание фундаментальной ошибки атрибуции с неразличением коммуникативных уровней оказывается фатальным, будучи примененным к средствам массовой информации. Британское телевидение (и Би-би-си как монополист на нем) все еще рассматривается в первую очередь как источник информации. Неофициальный девиз Би-би-си *Inform, educate, entertain* («Информировать, просвещать, развлекать» — именно в таком порядке) определяет отношение к его сути.

В каком-то смысле та же установка в свое время послужила причиной скандала вокруг «Портрета Дориана Грея» Оскара Уайльда, который был объявлен «аморальной книгой», а затем —

и др.). Было бы интересным эмпирическим исследованием собрать негативные реакции русскоязычных читателей и выяснить, совпадают ли паттерны гиперчувствительности.

Вместе с тем и Ло относит описываемую им объективистскую установку к особенностям именно «европейско-американской» культурной модели, и у Юдковского встречается упоминание, что коллективистские общества менее подвержены фундаментальной ошибке атрибуции, чем индивидуалистские (западные). См.: *Judkovsky E. In Defence of the Fundamental Attribution Error // LessWrong. URL: http://lesswrong.com/lw/gnh/in_defense_of_the_fundamental_attribution_error*. Впрочем, ссылку на конкретное исследование, которое он упоминает, Юдковский не дает.

появления голливудского «Кодекса Хейса»¹⁵. В этой установке искусство (тем более телевизионное) понимается не как отражение существующей реальности, а как образец для подражания. Поэтому ведется множество разговоров о том, что люди, выходящие на национальное телевидение, должны быть лучше, чище, образцовее, никогда не говорить ничего опасного или нехорошего, на них «лежит большая ответственность», потому что кто-нибудь может их услышать и принять их слова за руководство к действию. Но перекладывание ответственности на публичные персоны подразумевает снятие этой ответственности с публики, которая предположительно не имеет критического мышления вовсе и бездумно будет повторять за ними.

Взрывы ненависти к Джереми Кларксону и его чувству юмора показывают именно этот фундаментальный аспект отношения аудитории к телевидению. И это отношение, само собой, тщательно поддерживается и культивируется самими телекомпаниями, поскольку на нем держится вся индустрия: на самой идее *tele-vision*, видения на расстоянии. Идеология Би-би-си предполагает, что экран — это замочная скважина в жизни других людей, «горячий» медиум¹⁶, который при этом нейтрален к своему месседжу. Она культивирует в своей аудитории веру, что телевизионная картинка — срежиссированная, отредактированная и смонтированная — есть реальность¹⁷. А люди, которые говорят из этой картинки, — настоящие люди, которые (в силу «мифа о Джонсе») думают именно то, что произносят.

Но если в случае телевидения хотя бы понятно, что эта идеология активно поддерживается самими телекомпаниями, то при-

15. См.: Кодекс производства кинофильмов 1930 года «Кодекс Хейса» // Сеанс. Май 2009. № 37/38. URL: http://seance.ru/n/37-38/flashback-depress/hays_code/.

16. См.: Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003. С. 28.

17. Тем более иронично, что пострадала от этой идеологии именно команда *Top Gear*, которая много лет боролась с восприятием себя как *reality TV*. Принимая премию *National Television Awards* за лучшее фактографическое телешоу, ведущие много и публично веселились, мучительно пытаясь вспомнить, когда в последний раз в программе было хоть что-нибудь фактографическое (см.: *westlife108*. *Top Gear getting there best factual programme award at the National TV awards* // YouTube. 28.01.2011. URL: <https://www.youtube.be/AX5pwoc2WZU>). Одним из их любимых художественных приемов всегда была работа с «четвертой стеной», то есть напоминание зрителю, что это телевидение, что у них есть сценарий, дубли, монтаж и прочее, что все происходит не на самом деле. Впрочем, на реакцию аудитории это, по-видимому, никак не влияло.

менительно к книгам проблему порождает само отношение людей к ним и тому, что в них написано. И это связывает случай Кларксона с другим недавним скандалом — на этот раз в философии. Публикация «Черных тетрадей» вновь актуализировала проблему нацистских взглядов Мартина Хайдеггера. До сих пор этот вопрос был предметом спекуляций и выстраивания проблематичных связей между фактами биографии Хайдеггера и его идеями¹⁸. Теперь же, когда эта связь считается доказанной, ни один приличный европейский интеллеktуал не может произнести это имя, не оговорившись «я не нацист, нацист не я». Председатель Хайдеггеровского общества Гюнтер Фигаль покидает свой пост¹⁹, поскольку не хочет «ассоциировать себя с этой фигурой». То есть считает, что, раз он изучает Хайдеггера, люди сочтут, что он разделяет его политические взгляды. Единственным тоном, в котором можно писать о Хайдеггере, таким образом, становится разоблачительный; и не в виде тонких различий, как это делает Бурдье²⁰, а в форме прямого осуждения и дистанцирования.

Юдковский называет это «убеждением как одеянием» (то есть маркером принадлежности к группе вроде шарфов футбольных фанатов) и совершенно точно подмечает (хоть и не придает этому значения), что в связи с такого рода убеждениями первой отказывает именно способность к различению уровней коммуникации:

...можно сказать, что мусульмане, атаковавшие Всемирный торговый центр, без сомнения, считали себя героями, защищающими истину, правосудие и Путь Ислама от ужасающих инопланетных чудовищ а-ля «День независимости». Нужно быть сильно не от мира сего — не иметь ни малейшего представления о том, как видят мир обычные люди, — чтобы сказать это вслух в баре Алабамы. <...> Нельзя говорить «героическое самопожертвование» и «террорист-смертник» в одном предложении, даже с целью правдиво показать, как видит мир Враг. Само понятие «отвага и альтруизм террориста» является одеянием Врага, поскольку об этом понятии говорит Враг. Понятие «трусость и социопатия террориста» является американским одеянием.

18. См., напр.: Федье Ф. Хайдеггер: Анатомия скандала. М.: УРСС, 2008.

19. Assheuer T. Geschockt von Schwarzen Heften: Günter Figal legt den Vorsitz der Heidegger-Gesellschaft nieder // Die Zeit. 22.01.2015. № 04. URL: <http://www.zeit.de/2015/04/martin-heidegger-gesellschaft-judenhass-hitler>.

20. Бурдье П. Политическая онтология Мартина Хайдеггера. М.: Праксис, 2003.

Хочешь описать, как мир видит Враг, — забудь о кавычках;
ты же не одеваешься на Хеллоуин фашистом, так?²¹

Вот Кларксон — как раз такой специальный человек, который регулярно одевается на Хеллоуин фашистом. Причем делает это, чтобы высмеять не только и не столько фашистов (продолжая метафору), сколько публику, которую это страшно оскорбляет. Это тот самый человек, который входит в бар в Алабаме и заговаривает про альтруизм террористов²². Но самое интересное начинается, когда Кларксон последовательно «одевается на Хеллоуин» сексистом, гомофобом, консерватором и т.д., и образованная европейская публика реагирует точно так же, как реднеки Алабамы: хватается за парабеллум. Вот над чем больше всего смеются ребята из *Top Gear*, изобретая все новые и новые способы тыкать аудиторию носом в ее неумение видеть кавычки и разделять уровни коммуникации, отличать правдивую историю от анекдота, анекдот от фантазии, фантазию от мысленного эксперимента. Нарочитое, выученное неумение, которое не позволяет философам обсуждать *Dasein* Хайдеггера в отрыве от его же *Der Reich'a*.

Подчеркиваю, что этот срез проблемы отличается от представленного Бурдьё в «Политической онтологии Мартина Хайдеггера»: вопрос не в том, делима ли философия Хайдеггера от его политических убеждений, но в том, делимо ли обсуждение философии Хайдеггера от обсуждения его политических убеждений. Похоже, что отныне — нет, за исключением, возможно, некоторых маргинальных зон; в общем случае обсуждение философии приравнивается к апологии политической программы. Стратегия чтения, которая выглядит сомнительной даже в применении к средствам массовой коммуникации, таким как телевидение, была в данном случае перенесена на научное и философское исследование (недаром Ло позволяет себе рассматривать их в одном блоке, как идентичные). Тем сомнительнее оптимизм, например, Нелли Мотрошиловой:

...интерес широкой публики к наследию философа (в данном случае — Хайдеггера) — событие, которое в целом не только

21. Юджовский Э. Убеждение как одеяние // LessWrong. URL: http://lesswrong.ru/w/Убеждение_как_одеяние.

22. Сколь иронично, что этот пример является почти буквальным пересказом сюжета одного из самых ярких эпизодов *Top Gear* — *America Special*. См. URL: <https://www.youtube.be/pKcJ-oBAHb4>.

отрадно для философов по профессии, но имеет существенный общий смысл: обычные люди, со всех сторон атакуемые через средства массовой информации бездуховными «продуктами», тем самым проявили свой интерес к духовным смыслам, пусть и очень сложным²³.

Если каждый, кто берется изучать Хайдеггера, вызывает подозрение «а не нацист ли он(а)», то какие же проблемы внутри западной установки должны быть, скажем, у историков тоталитаризма или расизма?

За примером далеко идти не пришлось. Почти одновременно с «делом Кларксона» по Би-би-си прошел очень качественный документальный фильм о современном расизме. Автор (разумеется, черный) сделал почти невозможное: сконцентрировался не на расистских дискурсах, а на дискурсах о проблеме расизма. И выяснилось, что эта тема в современном британском обществе является практически запретной. То есть любой, кто поднимает тему расы, — будь то в позитивном или негативном контексте, — сразу вызывает подозрение. То же касается гомосексуальности, транссексуальности и прочих миноритарных групп: вокруг них существует такая «охранительная» атмосфера, что любая попытка заговорить о них приравнивается к оскорблению. Сам факт опознания некоторого различия читается как переутверждение этого различия, то есть поддержание того принципа, по которому различие проведено.

А произнесенное раз оскорбление — в силу «мифа о Джонсе» и фундаментальной ошибки атрибуции — приравнивается к глубокому персональному убеждению. Соответственно, любое высказывание по проблеме, скажем, гомосексуальности автоматически превращает высказывающегося в гомофоба лишь за счет акцентуации/опознания различия. Любое высказывание о философии Хайдеггера должно быть предварено осуждением его нацизма, иначе высказывающийся тоже получает ярлык нациста.

Этот парадокс является результатом вполне невинного и даже, на первый взгляд, полезного стремления к объективности и искренности. В самом деле, как приятно иметь политиков, которые говорят только то, что думают! Как хорошо жить в мире, где идеал коммуникации воплощают ученые, которые

23. Мотрошилова Н. В. Почему опубликование 94–96 томов собрания сочинений М. Хайдеггера стало сенсацией? (в авторской редакции)// Вопросы философии. 2015. № 1. URL: http://iph.ras.ru/94_96.htm.

не врут, не иронизируют и не говорят между строк! Хабермасов идеал коммуникативной ситуации²⁴, в которой все стороны стремятся к продуктивному диалогу, являются честными, открытыми и равными игроками, имеет описанный Ло «культ объективизма» в качестве условия своей возможности: стремление к однозначности и недвусмысленности требует отказа от дополнительных коммуникативных уровней, то есть от метафоры, притчи, иносказания; единственной разрешенной формой — с оговорками — остается мысленный эксперимент, если он четко обозначен в качестве такового.

Аналитическая философия уже перешла на эти рельсы почти полностью: здесь «я убежден» уже считается аргументом. Возьмем, к примеру, недавно опубликованную статью Дерка Перебума о моральном инкомпатибилизме²⁵. В ней рассматривается множество аргументов типа «мысленный эксперимент». Но все они в конечном счете опираются на ходы вроде «мне интуитивно ясно» и «меня это не убеждает». То есть отдельно взятый разум исследователя выступает лабораторией, в которой мысленные эксперименты проходят проверку на «убедительность», «достоверность» и «правдоподобие». Разум исследователя при этом выступает представителем любого другого человеческого разума или разума вообще. Это стратегия, введенная в обращение еще Декартом; но если Декартово доказательство предлагало всякому желающему последовать его путем, повторив те же интеллектуальные операции на собственном разуме, то в случае с аналитикой нам просто предлагается поверить выводу доктора Перебума. Не станет же уважаемый профессор нам врать!

И вместе с тем понятно (благодаря опыту (пост)структурализма), что чистая объективность невозможна. Что есть неосознаваемые предпосылки, классовое сознание, лингвистическая относительность и прочее. Но это образует стратегическую вилку, которая сама по себе не представляет ничего хорошего. Релятивизм — тезис, который, будучи примененным без должной осторожности, отлично выжигает любую дискуссию на корню

24. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2001. С. 91–99.

25. Pereboom D. Optimistic Skepticism about Free Will//The Philosophy of Free Will: Selected Contemporary Readings / P. Russell, O. Deery (eds). N.Y.: Oxford University Press, 2013. P. 421–449 (перевод статьи готовится к публикации в одном из ближайших номеров «Логоса», посвященных свободе воли).

и тем самым только играет на руку сторонникам чистой объективности. Обе крайности — и невоздержанная нововременная погоня за чистой объективностью, и невоздержанная постмодернистская критика всей и всякой объективности — вместе нанесли уже много вреда. Благодаря этой вилке ни один белый журналист не может произнести ничего о проблеме расизма, мужчины исключены из разговоров о феминизме²⁶, благодаря этой вилке обычная девочка оказалась на скамье подсудимых, Хайдеггер стал запрещенным философом, Кларксон остался без работы, а я — без любимого телешоу.

Литература

- Assheuer T. Geschockt von Schwarzen Heften: Günter Figal legt den Vorsitz der Heidegger-Gesellschaft nieder // Die Zeit. 22.01.2015. № 04. Режим доступа: <http://www.zeit.de/2015/04/martin-heidegger-gesellschaft-judenhass-hitler>.
- BBC offers apology for Top Gear comments on Mexico // BBC News. 4.02.2011. Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/news/world-latin-america-12361790>.
- Brassier R. Nihil Unbound: Enlightenment and Extinction. L.: Palgrave Macmillan, 2007.
- Degree honour Clarkson hit by pie // BBC News. 12.09.2005. Режим доступа: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/oxfordshire/4235742.stm>.
- Funk R. E. The Power of Naming: Why Men Can't Be Feminists // Feminista!: The Journal of Feminist Construction. Vol. 1. № 4. P. 11–15.
- Gilbert D., Malone P. The Correspondence Bias // Psychological Bulletin. January 1995. Vol. 117. № 1. P. 21–38.
- Judkovsky E. In Defence of the Fundamental Attribution Error // LessWrong. Режим доступа: http://lesswrong.com/lw/gnh/in_defense_of_the_fundamental_attribution_error.
- Pereboom D. Optimistic Skepticism about Free Will // The Philosophy of Free Will: Selected Contemporary Readings / P. Russell, O. Deery (eds). N.Y.: Oxford University Press, 2013. P. 421–449.
- Sellars W. Empiricism and the Philosophy of Mind. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1997.
- Темуч. В Иваново вынесут приговор беременной девушке за перепост. Грозит 4 года лишения свободы // Роскомсвобода. 11.03.2015. Режим доступа: <http://rublacklist.net/10677>.
- Top Gear: Argentina makes formal complaint to the BBC // BBC News. 24.11.2014. Режим доступа: <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-30175708>.
- westlife108. Top Gear getting there best factual programme award at the National TV awards // YouTube. 28.01.2011. Режим доступа: <https://www.youtube.be/AX5pwoc2WZU>.
- Wolters E. What to do if Your Friend is a Communist: The Hilarious Wikihow Guide // Critical Theory. 25.04.2014. Режим доступа: <http://www.critical-theory.com/what-to-do-if-your-friend-is-a-communist-the-hilarious-wikihow-guide/>.

26. См., напр.: Funk R. E. The Power of Naming: Why Men Can't Be Feminists // Feminista!: The Journal of Feminist Construction. Vol. 1. № 4. P. 11–15.

- Бурдье П. Политическая онтология
Мартин Хайдеггера. М.: Праксис,
2003.
- Кларксон Д. Рожденный разрушать. М.:
Альпина нон-фикшн, 2011.
- Кодекс производства кинофильмов
1930-го года «Кодекс Хейса» //
Сеанс. Май 2009. № 37/38. Режим
доступа: [http://seance.ru/n/37-38/
flashback-depress/hays_code/](http://seance.ru/n/37-38/flashback-depress/hays_code/).
- Ло Дж. После метода: беспорядок
и социальная наука. М.: Издатель-
ство Института Гайдара, 2015. С. 184.
- Маклюэн Г. М. Понимание Медиа:
внешние расширения человека. М.;
Жуковский: КАНОН-пресс-Ц; Куч-
ково поле, 2003.
- Мотрошилова Н. В. Почему опублико-
вание 94–96 томов собрания сочине-
ний М. Хайдеггера стало сенсацией?
(в авторской редакции) // Вопросы
философии. 2015. № 1. Режим
доступа: http://iph.ras.ru/94_96.htm.
- Поршнева Б. О начале человеческой
истории (проблемы палеопсихоло-
гии). М.: Мысль, 1974.
- Федье Ф. Хайдеггер: Анатомия скан-
дала. М.: УРСС, 2008.
- Хабермас Ю. Моральное сознание
и коммуникативное действие. СПб.:
Наука, 2001. С. 91–99.
- Юдковский Э. Убеждение как одея-
ние // LessWrong. Режим доступа:
[http://lesswrong.ru/w/Убеждение_
как_одеяние](http://lesswrong.ru/w/Убеждение_как_одеяние).
- Юдковский Э. Фундаментальная
ошибка атрибуции // LessWrong.
Режим доступа: [http://lesswrong.ru/
w/Фундаментальная_ошибка_атри-
буции](http://lesswrong.ru/w/Фундаментальная_ошибка_атрибуции).

From Clarkson to Heidegger

Polina Khanova. Postgraduate student
at the Department of Philosophy of the
Faculty of Social Sciences of the Univer-
sity of Warwick.
Address: Gibbet Hill Road, CV4 7ES Cov-
entry, UK.
E-mail: linakhanova@gmail.com.

Keywords: Jeremy Clarkson; Heidegger;
Black notebooks; critical thinking; corre-
spondence bias; attribution error; myth
of Jones.

This article presents an inquiry into the
patterns and epistemic errors present in
the ideology of media consumption: *fun-
damental attribution error* and *the myth
of Jones*. The article brings up two recent
scandalous examples, popular media
personality Jeremy Clarkson being sus-
pended by the BBC, and the publication
of Martin Heidegger's Black Notebooks.
Using these examples, we attempt to
demonstrate that they exemplify one and
the same tendency dominant in
Euro-American culture—the ideal of
objectivity. Or, as John Law puts it, a cul-

ture dominated by literal representations.
Here, a major shift is present in the very
basic presuppositions of human commu-
nication, which opens up a vista on some
of its basic value choices. The influence
of these choices goes well beyond con-
ventional mass media, affecting science
and philosophy. Valorizing literal rep-
resentations may seem beneficial for
communication, but it results in a belief
deeply rooted in the Euro-American
worldview: a belief in the immediate link
between what a person does and their
mental dispositions, which may lead to
disastrous consequences.
Habermas's *ideal communicative situa-
tion* is based on this, and it functions as a
repressive structure, eradicating the pub-
lic's ability to recognize and switch com-
municative levels, employing metaphors,
allegories, irony, and humor. As a result,
problematic topics such as racism, hom-
ophobia, extremist ideologies, and
Nazism are rendered impossible to dis-
cuss. This has a stifling effect on critical
thinking. The dominance of literal rep-

resentations does not enhance communication; instead, it simply closes off the

discursive fields which do not fit the ideal of universal good will.

References

- Assheuer T. Geschockt von Schwarzen Heften: Günter Figal legt den Vorsitz der Heidegger-Gesellschaft nieder. *Die Zeit*, January 22, 2015, no. 04. Available at: <http://zeit.de/2015/04/martin-heidegger-gesellschaft-jud-enhass-hitler>.
- BBC Offers Apology for Top Gear Comments on Mexico. *BBC News*, February 4, 2011. Available at: <http://bbc.co.uk/news/world-latin-america-12361790>.
- Bourdieu P. *Politicheskaja ontologija Martina Khaideggera* [L'ontologie politique de Martin Heidegger], Moscow, Praksis, 2003.
- Brassier R. *Nihil Unbound: Enlightenment and Extinction*, London, Palgrave Macmillan, 2007.
- Clarkson J. *Rozhdennyi razrushat'* [Driven to Distraction], Moscow, Al'pina non-fikshn, 2011.
- Degree Honour Clarkson Hit by Pie. *BBC News*, September 12, 2005. Available at: <http://news.bbc.co.uk/1/hi/england/oxfordshire/4235742.stm>.
- Fédier F. *Khaidegger: Anatomija skandala* [Heidegger, anatomie d'un scandale], Moscow, URSS, 2008.
- Funk R. E. The Power of Naming: Why Men Can't Be Feminists. *Feminista! The Journal of Feminist Construction*, vol. 1, no. 4, pp. 11–15.
- Gilbert D., Malone P. The Correspondence Bias. *Psychological Bulletin*, January 1995, vol. 117, no. 1, pp. 21–38.
- Habermas J. *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie* [Moralbewußtsein und kommunikatives Handeln], Saint Petersburg, Nauka, 2001.
- Judkovsky E. Fundamental'naia oshibka atributsii [Fundamental Attribution Error]. *LessWrong*. Available at: http://lesswrong.ru/w/Фундаментальная_ошибка_атрибуции.
- Judkovsky E. In Defence of the Fundamental Attribution Error. *LessWrong*, June 3, 2015. Available at: http://lesswrong.com/lw/gnh/in_defense_of_the_fundamental_attribution_error.
- Judkovsky E. Ubezhdienie kak odeianie [Belief as Attire]. *LessWrong*. Available at: http://lesswrong.ru/w/Убеждение_как_одеяние.
- Kodeks proizvodstva kinofil'mov 1930-goda "Kodeks Kheisa" [The Motion Picture Production Code of 1930 "Hays Code"]. *Seans* [Seance], May 2009, no. 37/38. Available at: http://seance.ru/n/37-38/flashback-depress/hays_code/.
- Law J. *Posle metoda: besporiadok i sotsial'naia nauka* [After Method: Mess in Social Science Research], Moscow, Izdatel'stvo Instituta Gaidara, 2015.
- McLuhan M. *Ponimanie Media: vneshnie rasshireniia cheloveka* [Understanding Media: The Extensions of Man], Moscow, Zhukovsky, KANON-press-Ts, Kuchkovo pole, 2003.
- Motroshilova N. V. Pochemu opublikovanie 94–96 tomov sobraniia sochinenii M. Khaideggera stalo sensatsiei? (v avtorskoi redaktsii) [Why the Publication of Volumes 94–96 of M. Heidegger's Collected Works Became a Sensation? (In Author's Edition)]. *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy], 2015, no. 1. Available at: http://iph.ras.ru/94_96.htm.
- Pereboom D. Optimistic Skepticism About Free Will. *The Philosophy of Free Will: Selected Contemporary Readings* (eds P. Russell, O. Deery), New York, Oxford University Press, 2013, pp. 421–449.
- Porshnev B. *O nachale chelovecheskoi istorii (problemy paleopsikhologii)* [On the Beginning of Human History (Issues in Paleopsychology)], Moscow, Mysl', 1974.
- Sellars W. *Empiricism and the Philosophy of Mind*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1997.

- Temych. V Ivanovo vynesut prigovor bere-mennoi devushke za perepost. Grozit 4 goda lisheniia svobody [A Pregnant Girl in Ivanovo Will Be Convicted for Repost. She Faces 4 Years of Jail]. *Roskomsvo-boda*, March 11, 2015. Available at: <http://rublacklist.net/10677>.
- Top Gear Getting There Best Factual Programme Award at the National TV Awards. *YouTube*, January 28, 2011. Available at: <http://youtu.be/AX5pw-oc2WZU>.
- Top Gear: Argentina Makes Formal Complaint to the BBC. *BBC News*, November 24, 2014. Available at: <http://bbc.co.uk/news/entertainment-arts-30175708>.
- Wolters E. What to Do if Your Friend Is a Communist: The Hilarious Wikihow Guide. *Critical Theory*, April 25, 2014. Available at: <http://critical-theory.com/what-to-do-if-your-friend-is-a-communist-the-hilarious-wiki-how-guide/>.

Прикладная
герменевтика
информационного
пространства:
*картины мира,
теоретические
онтологии и веерные
матрицы*

Симон Кордонский,
Валерий Бардин

Симон Кордонский. Кандидат философских наук, профессор, заведующий кафедрой местного самоуправления департамента государственного и муниципального управления факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Адрес: 101990, Москва, ул. Мясницкая, 20.

E-mail: kordonsky@gmail.com.

Валерий Бардин. Генеральный директор компании «РелТим».

Адрес: 123308, Москва, ул. Куусинена, 6, корп. 8.

E-mail: foxgrep@gmail.com.

Ключевые слова: онтология; информатика; герменевтика; контексты; веерные матрицы.

Постановка задачи

В философской традиции анализ текстов считается предметом герменевтики. С появлением информационного пространства он стал одним из основных методов информатики, в которой сегодня доминирует альтернативный философскому эмпирический подход, основанный на статистике и лингвистике. Ниже представлен очерк третьего, собственно теоретического подхода к анализу массива текстов, образующих информационное пространство. В нем описаны методика построения теоретических онтологий с использованием логики веерных матриц

Термин «онтология» используется как в современной философии, так и в информатике, однако контексты значений этого термина практически не пересекаются. Профессиональным философам, за редким исключением, не интересны реалии, конституирующие информационное пространство, а специалистам по информатике, как показывает опыт, чужды результаты философского осмысления проблем существования. Они предпочитают изобретать собственные философии и плодить упорядоченные произвольным образом списки имен сущностей, наивно считая их онтологиями.

В информатике само наличие от-
рефлексирующей онтологии решает множество проблем, в частности проблему элиминации информационного шума, возникающую из различий контекстов и синонимии терминов в предметных областях знания и практики. Именно поэтому специалисты по информатике направляют свои филосо-

фические усилия на построение «единой онтологии» и на унификацию способов представления знания. При этом они опираются на методы лингвистического и статистического анализа текстов, считая, по-видимому, что содержание контекстов, выделение смыслов у них возникнет само по себе, по мере усовершенствования статистических и лингвистических методов исследования и представления их результатов.

С точки зрения авторов статьи, анализ содержания контекстов и выделение смыслов составляет новый предмет, интегрирующий философские и информационные методы в область знания, которую они назвали прикладной герменевтикой. Эта работа герменевтическая по предмету, в то время как ее метод не имеет аналогов ни в философской традиции, ни в информатике. Методика построения теоретических онтологий с использованием логики веерных матриц реализована в система анализа текстов *Gitika*.

и система анализа текстов *Gitika*¹, элементом которой являются эти онтологии.

Мы рассматриваем эту работу как герменевтическую по предмету, в то время как ее метод не имеет аналогов ни в философской традиции, ни в информатике. Она имеет прикладной характер, поскольку ее результаты непосредственно используются для анализа текстов. Именно поэтому мы назвали прикладной герменевтикой то сопряжение предмета и метода, на котором основана работа.

Картины мира и понимание текстов

Любой текст содержит некую информацию, в нем можно найти смысл. Совокупность текстов, представленная в информационном пространстве, может рассматриваться как единый большой

1. *Gitika* — исследовательский проект компании *RelTeam*, связанный с созданием систем, использующих онтологии для извлечения информа-

текст. Этот текст в целом, как принято считать, хаотичен, в нем скрыто множество смыслов, однако выделение их проблематично из-за слабой развитости методологии и техники его анализа.

Для упорядочения хаоса и извлечения смыслов создаются информационные системы, базы данных и знаний, поисковые алгоритмы и другие механизмы. Их задача состоит в том, чтобы облегчить поиск осмысленной с точки зрения заинтересованных лиц информации. При этом каждый участник пополняет информационное пространство новыми текстами и смыслами, усложняя и без того непрозрачную среду.

Люди проецируют себя в информационное пространство прямыми или косвенными описаниями личных картин мира — текстами. Под картинами мира понимается индивидуальный набор представлений о том, что существует и как оно функционирует, чаще всего смутных и лишь частично поддающихся вербализации.

Помимо индивидуальных картин мира существуют и коллективные, общие для социальных групп. Это представления о нормах и правилах, а также институтах, в которых явно или неявно задаются над- и сверхличностные сущности. Последние проявляются в информационном пространстве в той мере, в которой они описываются людьми. Описания изначально акцентированы, так как люди при фиксировании представлений исходят из собственных картин мира.

Любая картина мира имеет ядро и периферию. В ядре находятся нерелефизированные представления о том, что существует, то есть эмпирические онтологии. На периферии — представления о том, как сущее функционирует и почему так происходит, то есть разного рода теории и философии. В силу неотрелефизированности эмпирических онтологий в текстах представлены по большей части периферии картин мира: обыденные и профессиональные теории и философии, из которых ядерные компоненты нужно каким-то образом извлекать, если в этом возникает потребность.

Диалог как инструмент взаимопонимания представляет собой согласование периферий картин мира. Люди умеют договариваться и понимать друг друга, соглашаясь (или не соглашаясь) с теориями и философиями, которые стали предметами обсуждения. Но сближение и взаимопонимание в теориях и филосо-

фии, в частности для концептуального поиска и разработки соответствующих моделей взаимодействия с клиентом.

фиях не означает формирования общих представлений об эмпирическом существовании. Понимание в диалоге, как правило, поверхностно, оно лишь косвенно затрагивает сами эмпирические онтологии — то, что существует для каждого из беседующих людей в качестве данности, и поэтому с трудом поддается рефлексии. Но даже если эмпирические онтологии отрефлексированы, содержательное понимание все равно остается проблематичным, так как дискуссии, в которых один оппонент говорит, что нечто существует, а другой утверждает обратное, явно непродуктивны.

Содержательное понимание невозможно без экспликации эмпирических онтологий и последующего формирования теоретических представлений о том, какие эмпирические сущности лежат в основе предъявляемых в диалоге философий и теорий и как именно они друг с другом соотносятся. Содержательное понимание можно рассматривать как создание теоретических онтологий и последующую с их помощью проверку на адекватность предъявляемых в диалоге теорий, философий и их эмпирических онтологий.

Такова ситуация в обыденном общении. В нем чаще всего достаточно ощущения взаимопонимания, которое формируется взаимной риторикой в силу эмпатии и других психологических механизмов. Если проблемы непонимания не снимаются обыденной риторикой, то они становятся предметом философии и решаются в той мере, в которой интересующихся устраивают философские решения. Но когда взаимодействие между людьми обезличивается и переходит в информационное пространство, проблема понимания текстов становится острой и совсем не философской.

Эмпирические и теоретические онтологии

Прямой вопрос «Что существует?», заданный конкретному человеку, введет его в ступор. В ответе он начнет перечислять то, что считает существующим, задавая попутно отношения между обозначаемыми сущностями. Но сущности, как правило, оказываются составными, связанными отношениями происхождения или вообще логически несовместимыми. Человеку трудно, если не невозможно, отрефлексировать свои эмпирические онтологии.

Здесь обычно возникает апелляция к законам природы, теориям эволюции, учениям о творении и другим всеобъемлющим конструкциям, из которых, по мнению опрашиваемого, следует объяснение того, *что* существует, *как* оно функционирует и *по-*

чему так происходит. То есть философии и теории — элементы периферии картины мира — замещают сами представления о существовании, эмпирические онтологии, которых у каждого человека заведомо больше одной.

Принуждение к рефлексии над картиной мира делает явными противоречия между разными эмпирическими онтологиями, механически склеенными друг с другом в бытовых теориях и философиях сообразно культуре и институциональной среде, в которых человек воспитывался, получал образование или работал. Оно вызывает у него раздражение, ведь личностная картина мира существует как целостность, лишь пока ее не трогают, и начинает разламываться на противоречивые фрагменты при попытке ее отрефлексировать. Линии разлома проходят по границам эмпирических онтологий в силу того, что существования, данные в опыте, не могут быть совмещены в рамках только одной известной человеку философии или теории.

Противоречия между онтологиями эмпирическими могут разрешаться в теоретических, в которых понятия, соответствующие данным в опыте сущностям, тем или иным образом интегрированы в общее представление о мире. Теоретические онтологии определяются как части картин мира, в которых непротиворечиво объединяются понятия, соответствующие элементам эмпирических онтологий. Теоретические онтологии должны быть по меньшей мере непротиворечивыми и прояснять отношения между эмпирическими онтологиями.

Построение теоретических онтологий является целью профессиональной философии. Однако если первая задача (достижение непротиворечивости) как-то решается философами в каждой конкретной философии, то вторая (объяснение отношений), видимо, неразрешима при нынешнем философском подходе к проблеме. По традиции философы фиксированы на феноменах, имеющих весьма слабые референты в многообразных эмпирических онтологиях. Они создают авторские картины мира со специфическими философскими сущностями и сами же их воспроизводят.

Информационное пространство и инструменты его структурирования

Люди, входя в информационное пространство, имеют дело не с другими людьми, а с хаотичной совокупностью картин мира, облеченных в тексты. Там не с кем договариваться. Вернее, для

договаривания и сближения картин мира отведен один сегмент пространства — социальные сети, электронные почты и другие инструменты межличностной коммуникации, порождающие тексты особого рода. Все остальное безлично, хотя и может быть персонифицировано.

В информационное пространство, в сеть в широком смысле этого слова, вывалены и вываливаются сведения о всех возможных картинах мира. Для понимания смыслов необходимо эксплицировать онтологии, которые лежат в основе теорий и философий, представленных словами и фразами анализируемых текстов.

Анализ текстов на выходе имеет некий объем слов и их сочетаний (иногда гигантский), имеющих какое-либо отношение, обычно косвенное, к тому, что действительно интересует человека. «Взаимопонимание» в общении с информационной средой возникает в том случае, если человек получает удовлетворяющий его ответ на запрос, что означает установление соответствия между эмпирической онтологией фрагмента индивидуальной картины мира и онтологией информационного массива, который получился в ходе анализа. Периферийные элементы картин мира, теории и философии в этой форме понимания, специфичной для информационного пространства, играют существенно меньшую роль, чем в межличностном диалоге.

Для достижения «взаимопонимания» специалисты по информатике разработали способы работы с информацией, имитирующие диалог. Они предполагают, что, разбивая тексты, в которых изложены философии и теории, на разного рода лингвистические элементы и анализируя статистические связи между ними, можно в конечном счете реконструировать эмпирические онтологии, то есть ядра картин мира. Проблема находится в области теоретической онтологии, но специалисты по информатике пытаются ее решать как эмпирическую задачу. По сути они исходят из той же обыденной методологии, которой пользуется человек, пытающийся ответить на вопрос о том, что существует в его картине мира.

Специалисты по информатике строят «семантические сети» и «базы знаний», описывающие все сущее в виде отношений, понятий, их свойств и прочего. Но без указания картины мира эти «понятия» превращаются просто в слова, не несущие смысловой нагрузки. Ведь интерпретация результатов работы программы, использующей сведения о мире, записанных в виде семантической сети, требует знания о соображениях, из которых эта сеть строилась, знания о том, какие отношения рассматрива-

лись и какие не учитывались, в каких онтологиях и какими картинками мира должен обладать читатель, чтобы правильно понять полученные результаты.

Для упорядочения смысла требуются не только формализмы описания иерархий таксонов и семантических сетей, но и сами правила упорядочения. Однако теоретики и практики такого подхода считают правила построения онтологий сами собой разумеющимися, а основную проблему видят в недостатке ресурсов для создания единой непротиворечивой базы знаний.

То, что вызывает раздражение у обычного человека при попытке заставить его ответить на вопрос «Что существует?», специалисты по информатике превращают в свой хлеб — такую неисчерпаемую проблему, для решения которой необходимо беспрестанно увеличивать вычислительные мощности и разрабатывать все новые и новые алгоритмы анализа текстов. Действительно, если бы все люди были носителями единой картины мира и обладали четким представлением о том, как именно ее следует излагать, то для создания всеобъемлющего описания потребовались бы только организационные усилия и финансовые ресурсы.

Тем не менее специалисты по семантике и программисты разработали методы, которые позволяют извлекать простейшие эмпирические онтологии из текстов и формировать таксоны, то есть обобщенные представления о существовании. Эти методы являют собой имитации диалога между людьми, в которых человек, используя инструменты анализа текстов, задает вопросы информационному пространству и извлекает из него некие варианты ответов, которые оценивает как адекватные или не очень. В последнем случае он снова задает вопросы и снова получает ответы. Примером являются поисковые механизмы, такие как *Google*, которые, опираясь на внутреннюю статистику запросов, выдают списки ссылок на тексты, в которых встречаются искомые слова или их сочетания. Как правило, таких ссылок очень много, и извлечь из них нужное содержание достаточно сложно, если вообще возможно в случае нетривиального запроса.

Проблема в том, что существует не одна онтология, а целое множество, и в большей их части есть понятия, обозначаемые схожими или одинаковыми словами, но имеющими весьма различное содержание. Поэтому естественно желание построить единую непротиворечивую онтологию.

Миф о единой онтологии

Идея объединить эмпирические онтологии в одну структуру, пусть сложно устроенную, противоречит всему человеческому опыту, но весьма привлекательна для инженеров. Инженер рассматривает мир как набор деталей, элементов конструкций, кубиков, из которых он должен сделать работающий механизм. Но даже из детских кубиков, если на их гранях написаны буквы разных алфавитов, выстроить слово вряд ли возможно. Однако это не останавливает людей с инженерным подходом к миру, и они продолжают конструировать единую онтологию, искать свой философский камень. И в том случае, если они работают в узкой области, такой как товарная номенклатура, у них иногда получается нечто вполне операциональное, ведь потребительское поведение хорошо структурировано, чего не скажешь о результатах инженерных попыток расширить этот опыт на всю информационную практику.

Механическая, инженерная методология, безусловно, имеет плюсы. Она проста в своей логике, хотя машины и алгоритмы, реализующие ее, могут быть сколь угодно сложны. Инженерный подход основан на лингвистической методологии и технике обработки текстов, адаптированных к потребностям инженеров, и на неразличении эмпирических и теоретических онтологий. Слова, обозначающие сущности, при таком подходе считаются самими сущностями. Связи между словами (и иными лингвистическими феноменами) ими рассматриваются как отображение предметных (теоретико-онтологических) связей. Статистически устойчивые отношения между словами отождествляются с предметными связями между понятиями. Но связи между словами и связи между понятиями — это два различных порядка.

Если не соотносить слова с теоретическими онтологиями конкретной картины мира, то в результате поиска получается просто набор ссылок на тексты, упорядоченный внешним образом, статистически и бессодержательно, что знакомо любому человеку, искавшему что-либо в информационном пространстве. Поэтому инженерно-лингвистические ухищрения оказываются бесполезными при попытке различить, например, понятия «Путин» (онтология государственного управления и политики) и «путина» (онтология морского промысла).

Тем не менее инженерно-лингвистическая методология — за неимением других — выступает сейчас как базовая при кон-

струировании систем анализа текстов и обеспечивает понимание полученных ими результатов пускай в простейших, но самых распространенных ситуациях общения людей с информационным пространством, таких как поиск информации о товарах и услугах. Коммерческая эффективность данного подхода оправдывает инвестиции в совершенствование поисковых механизмов.

Энциклопедический подход к анализу текстов

Другие специалисты занимаются тем, что выстраивают разного рода базы знаний и данных и интерактивные энциклопедии, в которых даются определения сущностей и упорядочиваются их имена. Таковы «Википедия», многочисленные ее производные, *Wolfram|Alpha* и т.д. Эти инструменты исследования текстов по определению диалогичны, хотя формы диалога в них различны. В «Википедии» практически каждая статья становится предметом дискуссий между специалистами (и дилетантами) о той сущности, которая в статье описывается. Поэтому содержание статей «Википедии» представляет собой, как правило, компромисс между участниками дискуссии. *Wolfram|Alpha* содержит ответы (сформулированные специалистами) на конкретные вопросы и связи между этими ответами.

Связи между элементами баз данных и статьями сетевых энциклопедий (то есть совокупности гипертекстовых ссылок, идущих от статей к статьям) образуют специфические пространства, которые можно считать эмпирическими онтологиями предметных областей. Эти пространства можно определить, анализируя плотность связей между элементами баз данных теми методами, которые специфичны для инженерно-лингвистического подхода. Скажем, обработанную статистически совокупность ссылок на другие термины от статьи «физика» и на статью «физика» можно считать отображением структуры понятия «физика», то есть эмпирическим содержанием физической картины мира.

И все же базы данных и сетевые энциклопедии являются публичной демонстрацией того обстоятельства, что подрывает инженерно-лингвистическую методологию: онтологий очень много, и единственной быть не может. Однако энциклопедический подход остается ограниченным, он не позволяет работать со всем информационным пространством.

Анализ текстов и теоретические онтологии

Энциклопедический подход и выявление связей между статьями сетевых энциклопедий и баз данных позволяют эмпирически ограничить картины мира и различить их элементы. Инженерно-лингвистический подход позволяет выстраивать эмпирические онтологии так, как если бы существовала только одна картина мира, формировать таксоны и строить семантические сети. При этом основная задача анализа текстов — их понимание — не решается.

Понимание текстов возможно в том случае, если известно, к каким картинам мира они относятся. Для того чтобы соотнести текст и картину мира, вовсе недостаточно знания его эмпирической онтологии и результатов семантического анализа: необходимо также знание теоретической онтологии той картины мира, в которой текст имеет смысл.

Если теоретическая онтология не эксплицирована, то запрос, включающий механизм анализа, будет содержать слова, которые что-то значат в самых разных картинах мира. В результате анализа будут смешаны эмпирические онтологии всех тех картин мира, в которых есть понятия, обозначаемые похожими или одинаковыми словами.

Чтобы минимизировать шум, следует определить в информационном пространстве сегмент, в котором размещена информация о теоретических онтологиях разных картин мира и о правилах работы с ними, позволяющих в том числе отсекаать информацию о тех картинах мира, в которых есть похожие, но неинтересные в данном случае термины.

Для того чтобы сформировать такой сегмент, нужен выход за пределы концепций, доминирующих в информатике. Однако сама идея третьего подхода к анализу текстов — не инженерно-лингвистического и не энциклопедического — чужда тем людям, которые должны были бы заниматься его созданием.

Базы знаний и данных, сетевые энциклопедии и инженерно-лингвистические технологии как методы анализа текстов и упорядочения информационного пространства должны быть дополнены собственными методами теоретической онтологии. Проблема в том, в социальной практике пока нет — за рассматриваемым далее исключением — иных способов формирования теоретических онтологий, кроме философских.

Если бы теоретические онтологии были инструментальными, тогда отношения между разными подходами к анализу текстов

Табл. 1. Отношения между методами упорядочения информационного пространства

Предмет	Метод	Семантики (инженеры- лингвисты)	Специалисты по теоретическим онтологиям
	Энциклопедисты		
Энциклопедический	Базы знаний, данных и сетевые энциклопедии	Эмпирические онтологии	Картини мира, заданные в терминах теоретических онтологий
Инженерно-лингвистический	Связи между элементами баз знаний и данных и статьями энциклопедий как понятия эмпирических онтологий (семантические сети)	Сетевые поисковые системы и другие инструменты для лингвостатистического анализа текстов	Семантические сети, заданные в терминах теоретических онтологий
Теоретико-онтологический (герменевтический)	Теоретические онтологии отдельных картин мира, описанных в базах знаний, данных и энциклопедиях	Теоретические онтологии семантики	Теоретические онтологии

выглядели бы так, как это показано в табл. 1. Она демонстрирует их возможную взаимодополнительность.

Таблица выстроена из предположения о том, что есть энциклопедический, инженерно-лингвистический и теоретико-онтологический (герменевтический) предметы и соответствующие специалисты, носители методов.

Отношения между одноименными предметами и методами интерпретируются как области социальной практики и знания — базы знаний и данных, сетевые энциклопедии, поисковые системы и пока гипотетические теоретические онтологии. Это диагональные элементы таблицы.

Отношение между инженерно-лингвистическим предметом (уровнем) и энциклопедическим методом дает эмпирические онтологии, то есть связи между статьями энциклопедий, семантические (онтологические) поля.

Отношение между теоретико-онтологическим предметом и энциклопедическим методом дает теоретические онтологии отдельных картин мира, представленных в энциклопедиях и базах данных.

Табл. 2. Отношения между энциклопедическим и инженерно-лингвистическим предметами и методами

Предмет	Метод	Семантики (инженеры-лингвисты)
	Энциклопедисты	
Энциклопедический	Сетевые энциклопедии, базы знаний и данных	Эмпирические онтологии
Инженерно-лингвистический	Связи между статьями энциклопедий и элементами баз знаний и данных как понятия эмпирических онтологий (семантические сети)	Поисковые системы и другие инструменты для лингво-статистического анализа текстов

Отношение между энциклопедическим предметом и инженерно-лингвистическим методом дает собственно эмпирические онтологии, то есть сущности, выделяемые инженерно-лингвистическими методами при анализе баз данных и сетевых энциклопедий.

Отношение между теоретико-онтологическим предметом и инженерно-лингвистическим методом дает теоретические онтологии семантики, то есть теоретико-онтологические конструкции, выделяемые инженерно-лингвистическими методами.

Отношение между энциклопедическим уровнем и теоретико-онтологическим методом дает картины мира, определенные в терминах теоретических онтологий.

Отношение между инженерно-лингвистическим предметом и теоретико-онтологическим методом дает семантические сети, определенные в терминах теоретических онтологий.

Если исключить из таблицы теоретико-онтологический предмет и соответствующие методы, то таблица упростится до вполне знакомого вида (табл. 2).

В системе представлений таблицы работают все без исключения инструменты анализа текстов. Так, *Google (поисковая система)* сейчас включает в свой поисковый механизм (*основанный на построении эмпирических онтологий*) связи между элементами купленной им базы знаний *Freebase (базы знаний и сетевые энциклопедии)*, что позволяет использовать для анализа текстов формализмы *семантических сетей*.

Введение уровня теоретических онтологий существенно расширяет возможное пространство инструментов анализа тек-

стов. Другое дело, что в настоящее время неизвестен ни один метод построения теоретических онтологий, кроме веерных матриц. Собственно, примером веерной матрицы являются табл. 1 и 2, в которых структурирована одна из теоретических онтологий информатики.

Начальные условия конструирования теоретических онтологий

Формулируя подход к построению теоретических онтологий, мы исходим из следующих начальных условий:

- Реальные потребители конструируемой системы анализа текстов могут иметь дело только с актуально (или потенциально) известными теоретическими онтологиями.
- Язык, описывающий конкретные наборы онтологий, не может содержательно рассматриваться без них. То есть сказанное или написанное само по себе не несет информации в отрыве от подразумеваемой теоретической онтологии.
- Результат работы системы анализа текстов может быть понят потребителем только в рамках пересечения теоретических онтологий потребителя и информационной системы. В системе уже должны содержаться теоретические онтологии; если в тексте идет речь об одном, а потребитель считает, что о другом, то понимание невозможно.
- Теоретические онтологии могут иметь общие элементы, то есть «быть похожими», «близкими» или «соседствующими».
- «Близость», «сходство» и «соседство» двух теоретических онтологий может определяться количеством общих элементов.
- Теоретические онтологии могут быть ортогональными (не содержащими общих элементов) и взаимодополнительными (имеющими общие элементы).
- На основе одного и того же набора элементов можно построить множество теоретических онтологий, отличающихся только правилами построения.
- Теоретические онтологии, объединенные последовательным применением единых правил построения, считаются принадлежащими к одному *пространству онтологий*. Количество таких пространств внешним образом не ограничено, то есть не существует единой и всеобъемлющей теоретической онтологии.

- Основным свойством теоретических онтологий должно быть единообразие в логике их построения. Причем единообразие логик построения должно реализовываться так, чтобы сохранялись предметные (содержательные) понятия, специфицирующие взятую картину мира. Это означает, что логика построения теоретических онтологий физики и психологии, например, должна быть одной. Они должны принадлежать к одному пространству, в данном случае научному.

Вероятно, может существовать множество способов формирования теоретических онтологий, однако на данный момент перечисленным начальным условиями удовлетворяет только методология, основанная на логике веерных матриц².

Прием утращения сущностей как способ формирования веерных матриц

Теоретические онтологии имеют в качестве элементов не слова, а понятия, то есть предельно идеализированные объекты, такие как идеальный газ или идеально твердое тело. Предельная идеализация достигается тем, что содержание каждого понятия полностью задается отношениями между «предметом» и «методом». Никакое иное содержание не учитывается. Под предметом понимается любая сущность или реальность, например реальность физики, химии, политики или быта. Под методом понимается специфический для конкретной реальности способ работы с ней. Реальности физики соответствует физический метод, носителями которого являются физики, а реальности быта — бытовой метод, носителями которого являются обыватели, и т.д.

Исходный материал для построения веерных матриц формируется следующим образом: если есть некая сущность, то она должна быть представлена как набор отношений, одно из кото-

2. В следующих работах продемонстрировано то, каким образом веерные матрицы позволяют формально решать проблемы существования и строить онтологии в разного рода информационных пространствах: *Кордонский С.* Циклы деятельности и идеальные объекты. М.: Пантори, 2001; *Он же.* Рынки власти. М.: ОГИ, 2000; *Он же.* Сословная структура постсоветской России. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2008; *Он же.* Россия: поместная федерация. М.: Европа, 2010; *Он же.* Веерные матрицы как инструмент построения онтологий. Вашингтон: Юго-Восток, 2011; *Кордонский С., Бардин В.* О поиске информации в совокупности текстов, отображающих картины мира. Вашингтон: Русгенпроект, 2010.

рых задается названием предмета, а другое — названием метода, соответствующего (одноименного) предмету.

Методология веерных матриц позволяет формализовать процесс построения теоретических онтологий исходя из приема «утроения сущностей». Область знания (наука, социальная форма организации информации) в процедуре утроения сущностей возникает как результат формального отношения между предметом и методом или, что то же самое, между уровнем структуры (организации) и одноименным этому уровню специалистом.

К примеру, наука экономика может быть представлена отношением между предметом экономики (экономическим уровнем социальной реальности) и экономистом как специалистом, в деятельности которого воплощен соответствующий метод изучения или изменения реальности. То есть вместо одной сущности — науки экономики — появляются три: экономический уровень (или предмет экономики), специалист-экономист и собственно наука экономика как отношение специалиста-экономиста к экономическому уровню. Такая утроенная по отношению к исходной области знания сущность в дальнейшем называется элементарным агрегатом. Любая область знания может быть представлена как элементарный агрегат.

Само по себе утроение сущностей и формирование элементарных агрегатов не имеет каких-либо значимых последствий для решения задач организации и поиска информации. Но если удастся связать несколько агрегатов в одной логически прозрачной и операциональной схеме, то возникает возможность выстроить формальную структуру, объединяющую предметы и методы разных областей знания и деятельности.

Традиционно проблему объединения предметов и методов различных областей знания пытаются решить философы, методологи и классификаторы наук. Они основываются либо на предмете (философы), либо на методе (методологи), либо на науках (классификаторы).

Философы описывают связи между предметами наук. Результатом такого подхода становятся разного рода натурфилософии (или общие теории всего). Сами науки и их методы в этом случае рассматриваются как нечто внешнее по отношению к той целостности, которую пытается описать натурфилософы.

Методологи описывают методы. В результате возникают методологии науки и теории деятельности с их разделением на точные, естественные и гуманитарные методы исследования.

Методы наук связаны друг с другом. Так, математический метод сопряжен с естественно-научными методами исследования. Более того, экспансия математики в естественные области знания, по мнению методологов, во многом объясняет успехи новейшего времени в конструировании разного рода приборов и машин. А проникновение физических методов исследования в биологию стало причиной экспоненциального развития аналитических биологических наук. Науки и их предметы используются при таком подходе к интеграции знаний как иллюстрации конструкций методологов.

Классификаторы описывают многообразие социальных форм организации знания. В результате возникают классификации наук, в которых их предметы и методы связываются между собой по собственной логике классификатора. Сами науки также связаны друг с другом, что отображается в классификациях. При этом предметы и методы включаются в построения классификаторов наук только в качестве иллюстраций их логики.

Результаты философских, методологических и науковедческих попыток синтезировать структуры знания имеют много общих элементов, потому что образованы из одних и тех же элементарных агрегатов. И они различаются между собой доминированием интерпретаций, в которых определяющим для интерпретаторов выступают или предметы, или методы, или науки и области деятельности.

Некоторые результаты стремления философов, методологов и классификаторов упорядочить структуры знания имеют безусловную культурную ценность, однако в целом они совершенно не операциональны в тех случаях, когда надо решать конкретные задачи организации информации и ее поиска.

Построение элементарных агрегатов

Веерные матрицы дают возможность «сцеплять» агрегаты по трем основаниям сразу. В результате возникают упорядоченные структуры, в которой науки, их предметы и методы образуют расчлененную на элементы целостность. Это происходит в ходе разбирания и собирания своеобразного многомерного пазла, в котором в качестве кусочков выступают описанные выше агрегаты.

Процесс сборки определяется тем, что кроме элементарных встречаются также и сложные агрегаты, устойчиво объединяющие объекты, которые принадлежат к разным предметам и исследуются разными методами. В предыдущих наших работах рассматривались такие агрегаты, как «организмы–клетки–молекулы», «потребности–память–эмоции» и др. Понятия объеди-

няются в последовательности на основании принадлежности их к единому предмету исследования, что позволяет выстроить многомерные агрегаты и собрать пазл, объединяющий предметы, методы и науки современного аналитического знания. Технология складывания пазлов из элементарных агрегатов, вероятно, может быть применена к любой представленной в текстах информации.

Основополагающими при построении веерных матриц выступают связи между предметами, в то время как связи между методами и областями знания формально выводятся из них. Далее на примерах будет показано, как пошагово конструируются веерные матрицы.

Конструирование онтологии здравого смысла

Рассмотрим следующий нарочито огрубленный пример. Известно, что существует здравый смысл как некое знание, позволяющее обывателю ориентироваться в окружающем мире. Зададимся вопросом, в каких отношениях он существует. Здравый смысл является атрибутом бытового уровня жизни, очевидным для обывателя. То есть его можно определить как отношение обывателя к бытовому уровню жизни (табл. 3).

Таким образом, из понятия «здравый смысл» сформирован агрегат, включающий в себя предмет «бытовой уровень», метод, воплощенный в «обывателе», и сам «здравый смысл» как их отношение.

На бытовом уровне может существовать множество реалий, и здравый смысл — одна из них. К примеру, известно, что существуют вещи. В данном случае они определяются как отношения потребителей к бытовому уровню. Тем самым формируется второй агрегат (табл. 4).

Табл. 3. Определение отношений, в которых существует здравый смысл

Предмет	Метод	Обыватель
	Здравый смысл	
Обывательский предмет		

Табл. 4. Определение отношений, в которых существуют вещи

Предмет	Метод	Потребитель
	Вещи (знание о вещах)	
Вещный уровень (предмет)		

Табл. 5. Определение отношений, в которых существуют деньги

Предмет	Метод	Покупатель
	Деньги (знание о деньгах)	
Покупательский уровень		

На бытовом уровне существуют также деньги. Естественно, это не те деньги, которыми оперируют инвесторы, а те, что находятся в кошельках и на счетах обывателей. Определим их как отношение между покупательским уровнем и покупателем (табл. 5).

Сопряжение элементарных агрегатов в веерную матрицу

Эти агрегаты можно связать друг с другом, предположив, что бытовой, потребительский и покупательский уровни сопряжены между собой, то есть являются уровнями одной структуры (табл. 6).

Табл. 6. Объединение элементарных агрегатов в таблицу

Предмет	Метод	Обыватели	Потребители	Покупатели
Бытовой уровень		Здравый смысл		
Потребительский (вещный) уровень			Знание о вещах	
Покупательский (денежный) уровень				Знание о деньгах как о кэше

Незаполненные элементы таблицы означают, что в рамках развиваемого представления существуют элементарные агрегаты, которые определяются как отношения обывателей, потребителей и покупателей к неодноименным им предметам. Например, отношение обывателей к покупательскому предмету интерпретируется как «разумные деньги», то есть деньги, которыми может располагать обыватель для совершения покупок (табл. 7).

Табл. 7. Определение отношений, в которых существуют деньги

Предмет	Метод	Обыватель
Покупательский (денежный) предмет		«Разумные деньги»

При заполнении всех отношений между предметами и методами формируется веерная матрица, в которой упорядочиваются элементарные агрегаты, относящиеся к области здравого смысла и потребительского поведения (табл. 8).

Табл. 8. Объединение элементарных агрегатов в таблицу

Предмет	Метод	Обыватели	Потребители	Покупатели
Бытовой уровень		Здравый смысл	Вещные потребности — согреться, умыться, поесть и т. д. (знание о здоровом смысле относительно вещей)	Денежные потребности — здоровый смысл по отношению к деньгам (знание о здоровом смысле по отношению к деньгам)
Потребительский (вещный) уровень		«Нужные вещи», которые полагается иметь согласно здравому смыслу (знание о вещах, которые могут иметь обыватели согласно своему здравому смыслу)	Знание о вещах	Покупаемые вещи (знание о спросе на вещи)
Покупательский (денежный) уровень		«Разумные деньги», которыми должен располагать обыватель согласно здравому смыслу (знание о деньгах, которые могут тратить обыватели)	Стоимость вещей (знание о ценах на вещи)	Знание о деньгах как о кэше

Таблица представляет собой сопряженные по предметам элементарные агрегаты, образованные отношениями между методами (персонифицируемыми обывателями, потребителями и покупателями) и предметами. Ее можно считать как по строкам (по предметам), так и по столбцам (по методам). Так, покупательский предмет образован следующими понятиями: «разумные деньги» — стоимость вещей — знание о деньгах как кэше. А обывательский метод образован понятиями: здравый смысл — нужные вещи — «разумные деньги».

В клетках размещены два объекта: наименование феномена, соответствующего отношению между предметом и методом (между уровнем структуры — строкой таблицы — и носителем метода), и наименование области знания, соответствующей этому феномену.

Табл. 9. Вычленение элементарного агрегата второго уровня

Предмет	Метод	Потребители	Покупатели
Потребительский предмет		Здравый смысл	Вещные потребности (знание о здоровом смысле по отношению к деньгам)
Потребительский (вещный) уровень		«Нужные вещи» (знание о вещах, которые могут иметь обыватели согласно своему здравому смыслу)	Знание о вещах

Такую матрицу можно считать отражением структуры бытовых представлений о мире. Логика веерных матриц позволяет произвести их детализацию, то есть сформировать (на основе табл. 2) описание структуры второго (по отношению к табл. 6) уровня бытовой онтологии.

Формирование агрегатов второго уровня матрицы

Выберем из табл. 8 элементарные агрегаты, симметричные относительно ее диагонали (табл. 9).

Предположим, что элементы этих агрегатов могут быть объединены в новый предмет — «покупательно-потребительский». Это означает, что знание о вещах, которые могут иметь обыватели согласно своему здравому смыслу, и знание о здоровом смысле по отношению к деньгам объединяются в новую область знания об обыденном потреблении, а из методов, которые были персонифицированы покупателями и потребителями, формируется новый, который персонифицируют потребляющие обыватели (или обыденные потребители). То есть нужные вещи и вещные потребности формируют новый предмет — обыденное потребление (табл. 10).

Табл. 10. Логика формирования агрегата «обыденное потребление»

Предмет	Метод	Покупающий потребитель (потребляющий покупатель)
Уровень (предмет) нужных вещей и вещных потребностей		Обыденное потребление (знание об обыденном потреблении)

Табл. 11. Структура теоретической онтологии быта (второй уровень)

Уровни структуры	Специа- листы	Потребляющие обыватели (обыденные потребители)	Покупающие обыватели (обыденные покупатели)	Покупающие потребители (потребляющие покупатели)
Потребительско- обывательский уровень: <i>нужные вещи + + вещные потребности</i>		Знание об обыденном потреблении	Знание о том, какие вещи нужны: <i>[нужные вещи + + вещные потреб- ности] / обыден- ные покупатели</i>	Знание о цене нужных вещей: <i>[нужные вещи + + вещные потреб- ности] / потребляю- щие обыватели</i>
Покупательно- обывательский уровень: <i>разумные деньги + + денежные потребности</i>		Знание о том, сколько можно потратить: <i>[разумные траты + денежные потребности] / бытовые потреби- тели</i>	Знание об обыденных покупках	Знание о том, сколько денег можно потратить: <i>[«разумные деньги» + + денежные потребности] / потребляющие покупатели</i>
Потребительско- покупательский уровень: <i>стоимость вещей + + покупаемые вещи</i>		Знание о том, что нужно купить: <i>[стоимость вещей + + приобретенные вещи] / бытовые потребители</i>	Знание о том, что можно купить: <i>[стоимость вещей + + покупаемые вещи] / обыден- ные покупатели</i>	Статистика покупок

В обыденном потреблении действуют те же самые отношения, в которых формировались первоначальные агрегаты. То есть оно рассматривается как отношения между предметом — уровнем обыденного потребления — и методом, носителем которого является обыденный потребитель.

Та же процедура, проделанная над другими элементами таблицы, позволяет трансформировать структуру табл. 9, в которой вычлененные из табл. 6 элементарные агрегаты образуют предметы (уровни) новой таблицы, соответствующей бытовой картине мира второго уровня (табл. 11).

Полученная онтология может использоваться для анализа текстов, касающихся обыденного потребления.

Реконструкция онтологии товароведческо-логистическо-складской предметной картины

Элементарный агрегат в этом случае представляет собой отношение товароведа к товарному уровню. Результатом отношения является товар и соответствующая ему область знания — товароведение (табл. 12).

Параллельно с товароведческим может существовать логистический агрегат, включающий в себя предмет «перемещение товаров», логистический метод (носителем которого выступает товаровед) и область знания — собственно логистику (табл. 13).

Табл. 12. Агрегат товароведения

Метод	
Предмет	Товароведы
Товарный предмет	Товары (товароведение)

Табл. 13. Агрегат логистики

Метод	
Предмет	Логисты
Вещный уровень (предмет)	Перемещение (логистика)

Табл. 14. Агрегат складского хозяйства

Метод	
Предмет	Специалисты по складир.
Покупательский уровень	Склад (теория складирования)

С товароведческим и логистическим уровнями сосуществует складской агрегат, включающий в себя предмет «складское хозяйство», соответствующий метод, носителем которого выступают специалисты по складскому хозяйству, и область практического знания — науку о хранении и складском хозяйстве (табл. 14).

Предположим, что предметы отображены в структуре верной матрицы как ее уровни, а одноименные предметам специалисты — носители методов — отображены как наименования столбцов таблицы (табл. 15).

Ранее рассмотренные агрегаты являются структурными элементами таблицы: товарный уровень соответствует предмету товароведения, метод которого представлен товароведами. Логистический уровень соответствует предмету логистики, метод которой представлен логистиками. А складской уровень представлен предметом «складское хозяйство» и наукой о хранении, метод которой представлен специалистами по складированию.

Предположим, что незаполненные отношения между носителями методов и предметами табл. 12 могут быть описаны так, как это сделано в табл. 16.

Товароведы, обращаясь к логистическому предмету, фиксируют существование феномена перемещения товаров (матери-

Табл. 15. Предметная картина, образованная совокупность агрегатов
товароведения, логистики и теории складирования

Предмет	Метод		
	Товароведы	Логистики	Специалисты по складированию
Товарный	Товар (товароведение)		
Логистический		Перемещение (логистика)	
Складской			Склады (теория складирования)

Табл. 16. Товарно-логистико-складская теоретическая онтология

Предмет	Метод		
	Товароведы	Логистики	Специалисты по складированию
Товарный	Товар (товароведение)	Перемещаемые товары (логистически-товарное знание)	Складированные товары (складское-товарное знание)
Логистический	Перемещение товаров (товарно-логистическое знание)	Перемещение (логистика)	Внутрискладское размещение и перемещения (складское-логистическое знание)
Складской	Хранение товаров (товарно-складское знание)	Логистическое устройство складов (логистически-складское знание)	Склад (теория складирования)

альных потоков), а логистики, обращаясь на товарный уровень, фиксируют существование феномена перемещаемых товаров. Товароведы, обращаясь к складскому предмету, фиксируют феномен хранения товаров, в то время как специалисты по складскому хозяйству при обращении к товарному предмету фиксируют феномен складированных товаров. Логистики, работая на складском уровне, фиксируют феномен логистического устройства складов, а специалисты по складскому хозяйству, обращаясь к логистическому предмету, фиксируют феномен внутрискладского размещения и перемещения. Тем самым у нас получается предметная картина, содержащая сопряженные предметы товароведения, логистики и науки о складировании, а также производные от них области знания.

Табл. 17. Товарно-логистическо-складская теоретическая онтология (второй уровень)

Предмет \ Метод	Специалисты по перемещаемым товарам и перемещению товаров	Специалисты по хранению товаров и складированию	Специалисты по логистическому устройству складов и внутри-складскому хранению и перемещению
Уровень перемещения товаров и перемещаемых товаров (товарно-логистическое знание)	Наука о перемещениях товаров	Наука о перемещении товаров применительно к складированию и хранению	Наука о перемещениях товаров применительно к внутреннему устройству складов
Уровень хранения и складирования товаров (товарно-складское знание)	Наука о перемещении складированных товаров	Наука о хранении товаров и их складировании	Наука о складировании и хранении применительно к устройству складов
Уровень логистического устройства складов и внутри-складского хранения и перемещения (логистически-складское знание)	Наука о логистическом устройстве складов в аспекте перемещаемых товаров	Наука о логистическом устройстве складов в аспекте хранения и складирования	Наука о логистическом устройстве складов

Веерная матрица позволяет создавать и более детализированные картины. Предположим, например, что феномены, размещенные симметрично относительно диагонали таблицы (областей знания), могут выстраивать новые предметы, сопровождающиеся развитием соответствующих методов и формированием новых областей знания. Применительно к рассмотренному выше случаю это означает, что на пересечении товароведения и логистики образуются новые предметы, а также методы исследования и управления: перемещение товаров и перемещаемые товары учреждают предмет новой области знания точно так же, как хранение товаров и складированные товары, как логистическое устройство складов и складская логистика. Эти предметы соответствуют предметам и методам, представленным на табл. 17, производной от табл. 16.

Таким образом, веерные матрицы позволяют конструировать теоретические онтологии произвольных картин мира, упорядочивая их эмпирические онтологии.

Система анализа текстов *Gitika*

Выше описан понятийный аппарат и подходы к решению проблем, сформировавшиеся в процессе четырехлетней работы над проектом *Gitika*. Отсутствие понятийного аппарата, в рамках которого можно было бы описать возникавшие в ходе работы проблемы и методы их решения, вынудило предпринять меры по уточнению аппарата, переопределению старых и введению новых понятий, что, собственно, и привело к появлению данной статьи.

Технология для экстракции знаний из произвольно взятых текстов предполагает следующие умения:

1. Умение описывать пространство (онтологий), ограничивающее компетенции системы и позволяющее определять рассматриваемые онтологии как «близкие», «далекие», «высокого уровня» и пр. Собственно, для этого используется аппарат веерных матриц как инструмент построения пространств сравнимых онтологий.
2. Умение определять то, в каких онтологиях написан текст.
3. Умение определять то, как онтологии модифицируют данный текст.
4. Умение определять позиции наблюдателя в данном пространстве онтологий.
5. Умение выяснять, о каких объектах, связях, событиях и процессах в этих онтологиях идет речь.

Информационная система *Gitika* «умеет» совершать названные выше операции. В ней сопрягаются техники формирования эмпирических онтологий путем индексирования связей между статьями сетевых энциклопедий и баз данных и техники формирования теоретических онтологий посредством конструирования веерных матриц.

Система может позиционировать тексты, то есть определять наборы векторов, которые указывают позиции исходного текста в пространстве сравнимых онтологий. Это позволяет искать документы не только по ключевым словам (частично известному содержанию), но и по затронутым темам.

Сопоставление слов и выражений с объектами и экземплярами формализованной онтологии является отдельной задачей, связанной со спецификой языка документа. Платформа *Gitika* является языково независимой в своем принципе, однако для реализации его необходима обработка национальных сетевых энциклопедий.

При наличии нескольких наборов сравнимых онтологий позиционирование текстов и идентификация их объектов выполняются в несколько этапов:

- Сначала выдвигаются гипотезы о связи слов и выражений текста с понятиями, включенными в поддеревья известных онтологий, полученные при экстракции связей «Википедии».
- Затем определяются поддеревья онтологий, получившие наибольшие веса (вес — число, определяемое количеством и плотностью в поддереве сопоставленных и связанных между собой слов и выражений).
- На заключительном этапе исключаются слабые с точки зрения веса поддеревья гипотезы.

Вектора строятся на основе идентификации *контекстов* (тематических, географических, временных), определяющих интерпретацию текста, *объектов* текста, а также описываемых в нем *событий* и *процессов*.

Логика концептуального поиска может быть представлена в следующей форме: энциклопедии и базы данных, как и другие источники информации, индексируются, и из них извлекаются статистически устойчивые связи между статьями. Эти связи получают статус эмпирических онтологий. Параллельно конструируются наборы веерных матриц.

Эмпирические онтологии сопрягаются с соответствующими веерными матрицами и получают собственные имена, то есть соотносятся с теоретическими онтологиями. Запрос к системе формулируется либо в терминах матриц, либо в терминах эмпирических онтологий. В первом случае результатом поиска будут некие эмпирические онтологии, во втором — конкретные тексты, в которых представлены понятия, а не слова обыденного или предметных языков.

Практика реализации системы такова, что она позволяет различать контексты употребления одинаковых слов. Система способна «учиться», то есть запоминать фиксированные понятия и предлагать их (или их синонимы) человеку, осуществляющему поиск.

Таким образом, систему анализа текстов *Gitika* можно рассматривать как реализацию идеи о формировании языково независимого в своем принципе инструмента, позволяющего структурировать информационную среду и осуществлять кон-

цептуальный поиск, равно как и другие операции, связанные с анализом текстов. Необходимым компонентом системы является технология конструирования теоретических онтологий, основанная на методологии веерных матриц.

Если обратиться снова к табл. 1, то можно видеть, что система анализа текстов *Gitika* включает все ее элементы. В ее основе лежат связи между статьями сетевых энциклопедий и баз данных и технология выстраивания эмпирических онтологий. Она позволяет создавать теоретические онтологии картин мира, описывать и сравнивать их между собой, определять их близость/удаленность. Также она позволяет экстрагировать из семантических сетей теоретические онтологии и сравнивать их по степени сходства или различия и в прочих отношениях.

Applied Hermeneutics of the Information Space: Worldviews, Theoretical Ontologies, and Fractal Matrix Tables

Simon Kordonsky. PhD in Philosophy, Professor, Head of the Department of Local Administration at the School of Public Administration of the Faculty of Social Sciences of the National Research University—Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya str., 101990 Moscow, Russia.

Email: kordonsky@gmail.com.

Valery Bardin. RelTeam CEO.

Address: Bldg 8, 6 Kuusinena str., 123308 Moscow, Russia. 8.

E-mail: foxgrep@gmail.com.

Keywords: ontology; information technology; hermeneutics; contexts; fractal matrix tables.

The term *ontology* is used both in modern philosophy and in the sphere of IT, but the contexts and the matters of its meanings do not coincide or overlap. With few exceptions, professional philosophers are not interested in addressing the information space, or in investigating and comprehending it. At the same time, IT specialists ignore philosophical approaches to existential problems. They prefer to invent their own philosophies and to produce randomly ordered terms

for phenomena which they naively regard as ontologies.

In IT, the very existence of the reflected ontology solves many problems. In particular, it solves the issue of information noise which arises from differences in contexts and from synonymous terms in the domain of knowledge and the domain of practice. Therefore IT specialists focus on producing a common ontology and thinking of ways to standardize methods of presenting knowledge. In undertaking this task, they rely mostly on linguistic and statistical text analysis methods, as they believe that improving these methods will help to automatically establish meanings,

The authors of the article argue that an integration of philosophical and IT methods and practices will lead to the establishment of a new subject called *applied hermeneutics*. This new subject will deal with hermeneutics, and its methods would be new both in philosophy and in IT. The technique of constructing theoretical ontologies by using matrix tables will be implemented using the text analysis system called *Gitika*.

Otium для никого?

Статьи этого блока первоначально были представлены в виде докладов на конференции «Между трудом и досугом: к новой „экономии спасения“?», организованной отделением культурологии философского факультета НИУ ВШЭ 26–27 ноября 2013 года.

От редакции



Досуг как предмет изучения и рефлексии еще до недавнего времени был «постыдным удовольствием» социологов, не говоря уже о философях. Первые исследования досуга начались на Западе после войны, в атмосфере промышленного подъема. И разумеется, социология досуга была сначала не чем иным, как ответвлением социологии труда. Именно контекст индустриального капитализма позволил выявить досуг как социальную характеристику всеобщего бюджета времени, а не как некоторую кровную или служилую привилегию. Индустриальная организация труда

предполагает четкий водораздел между трудом и досугом, грань, символизируемую фабричным гудком. Введение четкой границы между двумя этими базовыми типами деятельности предстало цивилизационной революцией, сопоставимой по значению с рождением письменности или с изобретением двигателя внутреннего сгорания. Исследовательская модель выглядела поэтому относительно просто и делила мировую историю на «до» и «после» этого разделения. Первый период характеризовался так называемой пористостью, взаимопроникновением, смешением труда и досуга и простирался от глубин верхнего палеолита до XVII–XVIII веков; второй отличался четким разведением труда и досуга и, считая от этого временного рубежа, уходил далее в бесконечность.

Сегодня историко-социологическая модель досуга выглядит сложнее, поскольку выяснилось, что четкое отделение труда от досуга является исторически нетипичным, а по сути даже исключительным явлением. Вместо радикального разрыва XVII–XVIII веков оказалось уместнее говорить об исторических скобках, включивших в себя индустриальный капитализм XVII–XX веков. Капитализм XXI века (сетевой, финансовый, когнитивный¹) характеризуется возобновлением ситуации пористости. Не просто место и время досуга становятся все более важными (хотя бы потому, что в продолжение всех этих «исторических скобок» сокращается длительность рабочего времени), но и сам досуг теряет отчетливость своих временных и пространственных контуров, снова проникает в труд и с ним переплетается. Такое положение дел заставляет переосмыслить и теоретическую модель. Может быть, и сами «теории досуга» имеют исторически ограниченную зону применения, а к постиндустриализму (как и к прединдустриальным формам) могут применяться только метафорически?

Теоретичность этих моделей, впрочем, никогда не исключала выявления теологической подоплеки. Она четко проявляется уже в понятии отчуждения, сопровождающем в течение нескольких веков дискурс о труде. Понятие отчуждения часто ассоциируется с Марксом, но восходит оно через Фейербаха и Гегеля к Лютеру и к теологическому измерению экзистенции, понятой в перспективе «экономии спасения». Изначально «отчуждение» (*alienatio*) относилось к имуществу и его изъя-

1. См. тематический блок о когнитивном капитализме в «Логосе» № 4 (61) за 2007 год.

тию. В протестантской, преимущественно лютеранской, мысли *Entfremdung* означало отпадение от Бога, богооставленность и ее острое переживание. От этой покинутости Богом, прямого следствия первородного греха, могли излечить (= спасти) только две вещи (получившие под пером Макса Вебера свою классическую разработку): пересадка Бога внутрь в виде внутреннего (а не внешнего) священника и труд (а не молитва). Постпротестантское просвещение поэтому стало двойственным процессом эмансипации от труда и от греха/Бога, то есть, собственно, от всей той логики, которая их сплетает воедино. Фейербах перевернул гегелевскую схему отчуждения, построив антропологию на том месте, где была теология. Маркс же внес в нее новый, уже вполне земной элемент — капитал, который питается человеческим трудом и создаваемой им прибавочной стоимостью.

Что касается исторического горизонта ожидания, то им стал конец труда, наступающий в надежде на пришествие свободной деятельности, которую еще предстояло определить (или которую как раз и невозможно было *определить* раз и навсегда), но которая в первичной своей несовершенной форме и намечалась как свободная *от труда* деятельность. Тактические цели заставляли порой назначать пролетария (то есть наемного работника) победителем борьбы за будущее, а коммунизм поэтому — триумфом труда. При этом забывалось, что пролетариат, по Марксу, должен был стать могильщиком не только буржуазии, но и самого себя, своего наемного состояния. Поэтому и стратегической перспективой у Маркса был никак не труд (даже — или тем более! — триумфирующий), а его конец. Та деятельность, которая должна прийти ему на смену и которую Маркс несколько поспешно характеризует как *свободную*, не будет ни трудом, ни рекреацией (как времяпрепровождением, *заданным* трудом). Но тогда чем?

Уже первые исследователи досуга (как Стенли Паркер²), определявшие досуг как свободу от принуждения, вынуждены были фиксировать и типы обязательств, не носящие трудового характера (*non-work obligations*), и полудосуговые практики (*semi-leisure*) типа работы по хозяйству (к которым затем феминисты и когнитивисты добавили работу родителей по воспитанию детей). Очевидно, что взаимозависимость между трудом и досугом будет существовать и далее, но формы ее будут меняться. Ушла в прошлое индустриальная иллюзия, что если

2. Parker S. The Future of Work and Leisure. L.: MacGibbon & Kee, 1971.

труд находится в тесной сцепке с капиталом, то свободное время свободно от них обоих. В отличие от индустриальной эпохи теперь свободное время становится кузней субъективности, которая все массивнее и многостороннее вовлекается в производство. В целом для этого позднеиндустриального периода справедливо, что чем интереснее и требовательнее у индивида работа, тем взыскательнее будет и его подход к досугу.

Свободная деятельность вовсе не осталась вне досягаемости капитала. Сам досуг стал полем приложения культурных и потребительных индустрий. Связка «досуг–капитал» стала едва ли не более важной, чем «труд–капитал», особенно в постиндустриальной эпохе, в которой индустрия услуг уже неразличимо слилась с индустрией досуга. После основ, заложенных Грамши и франкфуртцами, работ гренобльской школы Бернара Мьежа³ важной англоязычной книгой для осмысления этих процессов стало исследование Джона Кларка и Чеза Кричера⁴, а также Николаса Гарнхэма⁵. Функционирование позднего капитализма трансформировалось от парадигмы принуждения к парадигме соблазна, что означало колоссальное расширение поля приложения капитала и его массивную инвестицию в свободное время⁶. Свободное время оказалось связанным с капиталом двойко: как производитель ценностей (наука, высокая технология...) и как либидинальный двигатель, через потребление стимулирующий производство удовольствия и желания. Модерн был полон радужных надежд относительно свободного времени в сочетании с правами человека и технологией. Начало XX века связывало с досугом утопичные образовательные ожидания. Действительность оказалась разочаровывающей. Упреками в принуждении к пассивности встречалось каждое новое медиа — от кино до телевидения и раннего «интерпассивного» интернета. Веб 2.0 поставил новые вопросы и открыл новые перспективы, позитивные и негативные (контроль, аддикция и пр.).

3. От: *Miège B.* Les comités d'entreprises, les loisirs et l'action culturelle. P.: Cujas, 1974, до: *Bouquillon Ph., Miège B., Moeglin P.* L'industrialisation des biens symboliques: les industries créatives en regard des industries culturelles. Saint-Martin-d'Hères: PU de Grenoble, 2013.
4. *Clark J., Critcher Ch.* The Devil Makes Work: leisure in capitalist Britain. L.: Macmillan, 1985.
5. *Garnham N.* Capitalism and communication: global culture and the economics of information. L.: Sage, 1990.
6. The new politics of leisure and pleasure / P. Bramham, S. Wagg (eds). Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.

Недавнее эссе Давида Грэбера⁷ анализирует феномен бессмысленной («туфтовой») работы под углом взаимопроникновения труда и досуга в современной организации труда. Кажется, что подобно «естественному» пределу в увеличении рабочего дня существует и «естественный» предел в его сокращении. *Теоретически* возможно перестроить все общественное производство на основе 3–4-часового рабочего дня. Но *фактически* (особенно если взять модные профессии) рабочий день увеличивается, преимущественно за счет того, что досуг проникает во все его поры. Во время рабочего дня закачивается и слушается музыка и даже смотрятся фильмы и главным образом происходит постоянная коммуникация через растущее число каналов: интерконнективность стала новым «*otium*»⁸ для народа».

Не вносит ли такая пессимистическая перспектива своего рода предустановленную гармонию между бессмысленной работой и никчемным досугом? Такой — провокационный — вопрос представляется насущным, поскольку качество досуга сегодня рассматривается как фактор не менее важный для самооценки и самоидентификации индивида, чем труд, а то и более важный. И проблема эта затрагивает далеко не только «модные», «продвинутые», «новые» или «городские» профессии. Никуда не исчезнувший вполне традиционный труд индустриального типа, а тем более труд в сфере услуг сегодня подражает креативному и становится таким же пористым, гибким и потенциально прекарным. Упования на то, что досуг никогда не сможет стать предметом отчуждения, не оправдались. Сегодня само свободное время стало производственным плацдармом и объектом вождения конкурирующих культурных индустрий.

Михаил Маяцкий

7. Graeber D. On the Phenomenon of Bullshit Jobs // Strike! August 17, 2013.

8. Досуг (лат.).

Трансформации труда и его темпоральностей

Хронологическая дезориентация и колонизация нерабочего времени

Перевод с французского
Валерии Гавриленко.

Публикуется с любезного
разрешения автора.

Антонелла Корсани

Доктор экономики, исследователь
Института исторической динамики
экономики и общества (IDHES),
преподаватель экономического
факультета Университета Париж I
Пантеон-Сорбонна.
Адрес: 16 Carnot Blvd, 92340
Bourg-la Reine, France.
E-mail: antonella.corsani@univ-paris1.fr.

Ключевые слова: занятость; отношения
найма; самопредпринимательство;
расщепленный труд; темпоральные
отношения; производство субъектив-
ности.



Нет такого времени, которое не зависело бы от порождающего его общества¹. Господствует обычно то время, которое наделяют первостепенной важностью и которому приписывают главенствующий этос. Сегодня преобладает рабочее время, заданное в качестве основного и модельного для всех остальных типов. Как следствие, претерпеваемые трудом и временем труда изменения модифицируют прочие темпо-

1. Sue R. La sociologie des temps sociaux: une voie de recherche en éducation // Revue française de Pédagogie. 1993. № 104. P. 61–72.

В начале XX века немецкий социолог Эмиль Ледерер одним из первых осознал, что переход от независимого положения работника к наемному труду вызвал изменение хронопорядка в восприятии экзистенции. Уже после войны французский социолог труда Жорж Фридман показал, что как в тейлоризме, так и в стахановском движении свободное время является бегством работника от фрустрации, вызванной «расщепленным трудом». Согласно автору статьи, мы сегодня стоим накануне эпохальной перемены того же масштаба: превращения наемного работника в самопредпринимателя (*self-employer*) (согласно формуле Андре Горца), перехода от расщепленного труда к расщепленной занятости.

В статье анализируются два аспекта этого антропологического изменения: а) дезориентация во времени (потеря темпорального горизонта человеческого существования) и б) «колонизация»

нерабочего времени (инвестирование всех типов времени в «производство самости»). К этим аспектам возможны два подхода: 1) отсылающий к Мишелю Фуко: контроль времени определяется уже не дисциплинарными практиками, а технологиями неолиберальных правительств, ставящих своей целью подчинение всех социальных форм скорее менеджерскому этосу, чем триумфу рынка; 2) вдохновленный Хартмутом Розой: восприятие времени экзистенции имеет тенденцию подчиняться глобальному процессу социального ускорения, в котором проект модерна оборачивается против самого себя. Главным страхом индивида сегодня стала утрата возможности или важной связи. Этот страх задает теперь всю организацию свободного времени и его семантику, проникнутую отныне мотивами долга и обязательств: императив хорошо выглядеть, заниматься спортом, быть в курсе и т. д.

ральности жизни, равно как и их субъективное восприятие. Об этих изменениях и пойдет речь в нашей статье.

Метаморфозы труда можно рассматривать сквозь призму двух основных явлений: внедрение (кратко)срочных трудовых договоров (*CDD*) и возвращение фигуры независимого работника. В самом деле, с одной стороны, начиная с 1980-х годов срочные трудовые договоры постепенно становятся нормой найма, а с другой — количество частных предпринимателей существенно возрастает как в странах Запада, где происходила индустриализация, так и на Востоке, охватив в итоге значительную часть активного трудоспособного населения. Американский профсоюз фрилансеров² оценивает число «независимых работников» (*independant workers*) на начало 2010-х годов в 42 миллиона человек, это около 30% рабочей силы североамериканского региона. В Квебеке работники, называемые автономными, занимают более 14% рабочих мест. Но важно и то, что половина создаваемых мест — это места

2. См. URL: <https://www.freelancersunion.org>.

«автономные»³. Евросоюз, в свою очередь, насчитывает сегодня в целом более 30 миллионов человек, работающих не по найму⁴. В Италии, где этот феномен проявился рано и достиг еще более впечатляющих масштабов, Джузеппе Аллегри и Роберто Чикарелли⁵ говорят о *пятом сословии*. Что это за сословие?

Если в эпоху *ancien régime* третье сословие было той частью населения, которая не относилась ни к дворянству, ни к духовенству, то четвертое сословие сформировалось из рабочих и крестьян, а также тех, кто некогда входил в бывшие цеха, а потом обеднел: безработных, бродяг... Пятое сословие, о котором говорят Аллегри и Чикарелли в связи с социальной структурой Италии, образуют примерно 8 миллионов человек, живущих независимым, нестабильным, низкооплачиваемым или нелегальным трудом и по этой причине не располагающих социальными правами. Пятое сословие, по мнению авторов, относится к тому социальному положению, которое зиждется на независимом труде и представлено старыми и новыми профессиями (адвокаты, архитекторы, исследователи, консультанты, графисты, информатики, эксперты по сетевому маркетингу) и в формах неиерархической, непостоянной, переменной трудовой деятельности. У этого сословия крайне гетерогенный состав с точки зрения профессионального статуса, положения на рынке труда, габитусов. Аллегри и Чикарелли выделяют тем не менее их главную черту: люди, занятые независимыми видами деятельности, родились, как правило, после 1970 года и оказались на рынке труда в середине 1990-х. В целом они составляют, по Аллегри и Чикарелли, 23% рабочих мест в Италии.

Тезис, который я хочу здесь обосновать, состоит в том, что приведенные данные являются симптомом эпохальной перемены такого же масштаба, что и та, которую ознаменовало появление индустриального труда и исчезновение старых форм независимого труда. Индустриальный труд — «расщепленный труд» (*travail en miettes* — «раскрошенный»)⁶ штатных работников большого предприятия, — не исчезая, сосуществует с «расщеп-

3. Bernstein S., Coiquaud U., Dupuis M.-J., Fontaine L. L., Morissette L., Paquet E., Wallée G. Les transformations des relations d'emploi: une sécurité compromise? // *Regard sur le travail*. 2009. Vol. 6. № 1. P. 19–29.

4. По данным Евростата.

5. Allegri G., Ciccarelli R. *Il Quinto Stato. Perché il lavoro indipendente è il nostro futuro. Precari, autonomi, free lance per una nuova società*. Milano: Ponte alle Grazie, 2013.

6. Friedmann G. *Le travail en miettes. Spécialisation et loisirs*. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1964 [1956].

ленной занятостью» (*emploi en miettes*) новых «автономных» работников. Антропологическая трансформация масштабна, она затрагивает хронопорядок трудовой деятельности и восприятие разных типов времени экзистенции.

Пищей для моих размышлений послужили международные публикации в области социальных наук и опросы, которые я проводила во многих профессиональных кругах Франции: артистов и работников зрелищных искусств, журналистов-фрилансеров, штатных предпринимателей «кооперативов труда и занятости», работающих главным образом в сфере услуг в компаниях и индивидуально. Если профессиональные профили очень разнообразны, то выделяются три характерные черты, объединяющие этих субъектов труда: это люди, достигшие высокого уровня образования; их работа организуется чаще всего в рамках проектов; если все они формально являются штатными сотрудниками с нетипичными контрактами, то их профессиональное положение, скорее, гибридно — между наемным трудом и независимой деятельностью. Эти субъекты претерпевают двойное напряжение: между самопредпринимательством и автопрекариатом, между самореализацией и «самоэксплуатацией».

Абстрагируясь от отдельных случаев и эмпирических результатов, я проведу теоретический анализ в два этапа: сначала в общих чертах обрисую тот эпохальный переворот, который в начале XX века ознаменовало появление индустриального труда, и остановлюсь на некоторых важных хронологических аспектах индустриального труда; затем я проанализирую хронопорядок «расщепленной занятости» начала XXI века.

1. Типы времени «расщепленного труда»

Эдвард П. Томпсон, известный специалист по социальной истории Англии, различал две доминирующие формы труда: труд, ориентированный на выполнение задачи (*task oriented*), и почасовой труд (*clockwork*)⁷.

Первую форму характеризуют, по Томпсону, три основных отличительных свойства:

- она представляется более приемлемой, так как более «естественна» в том смысле, что ее хронологический распорядок

7. Thompson E. P. Temps, discipline du travail et capitalisme industriel. P.: La Fabrique, 2004 [1967].

хорошо совпадает с ритмами человеческой жизни, полагаемыми как естественные;

- переплетение типов времени: граница между рабочим временем и временем, посвященным другим видам человеческой деятельности, размыта; хронотоп (*espace-temps*) труда невозможно четко отграничить от других хронотопов экзистенции (таких, как семейная жизнь);
- ориентированный на выполнение задачи труд, будучи нерегулярным во времени (на уровне дня, недели и года), пронизан временными «пустотами», которые расцениваются как непродуктивные.

В течение XIX века с распространением заводской занятости в качестве доминирующей формы утвердился, наконец, почасовой труд, а с ним и дисциплина времени: «отныне важна уже не цель как таковая, а ценность времени, возведенного к денежному эталону. Время становится, таким образом, разменной монетой: его теперь не проводят, а тратят»⁸. Коль скоро отмеряемое часовой стрелкой рабочее время становится основным, то в избытке появляются, по Томпсону, те профессии, которые от такого времени ускользают или ему сопротивляются: художники, писатели, но и крестьяне, даже студенты. Они сохраняют контроль над своей профессиональной жизнью, каждый на свой манер перемежает интенсивные периоды работы с периодами отдыха исходя из того ритма, который ему ближе.

Индустриальный труд навязывает собственные ритмы и несет с собой разрыв, разграничение рабочего времени и времени жизни, работы и жизни. Этот временной разрыв очерчен заводскими стенами — они обозначают границы пространства, в пределах которого осуществляется способность работодателя управлять трудом и контролировать его.

Антропологический переворот в восприятии времени

В начале XX века немецкий социолог Эмиль Ледерер⁹ одним из первых осознал ту поистине масштабную перемену, которая состоит в переходе от независимого положения работника к наемному труду.

8. Op. cit. P. 39.

9. См. подробнее в: *Bologna S. Per un'antropologia del lavoratore autonomo // Il lavoro autonomo di seconda generazione / S. Bologna, A. Fumagalli (eds). Milano: Feltrinelli, 1997. P. 81–132.*

Он исследовал антропологические последствия этого изменения. По Ледереру, одно из главных различий между ментальностью независимого и зависимого работника состоит в восприятии типов времени экзистенции. В то время как для независимого работника единство времени — это сама жизнь, а единство пространства — семья, для тейлористского рабочего, отделенного от средств производства, перемежение периодов труда и нерабочего времени ведет к существованию, заданному очень короткими единицами времени. Так, по мнению Ледерера, одним из важнейших аспектов перехода от независимого положения к зависимому является то, что с экономической точки зрения жизнь проигрывает в стабильности и непрерывности. В частности, работа на заводе, согласно тейлористским принципам организации труда, ведет к атомизации индивидуумов, к их взаимозаменяемости: они более не в состоянии «самоуправляться». Ледерер в связи с этим рассматривает возможность трех перспектив:

- коллективизацию способов производства; однако он полагает, что эта перспектива не является альтернативой тейлоризму, поскольку сохраняет анонимную связь между производителем и способами производства;
- анархистский идеал, где и связь производителя и средств производства, и связь между работником и его трудом — это связь прямая, личная, конкретная и зависящая от контекста. Такой идеал представляется более подходящим. Вместе с тем такой горизонт кажется ему слишком отдаленным, поскольку капитализм умирать не собирается;
- альтернативу, которую предлагает сам Ледерер: систему социальных прав, позволяющую рабочему обрести стабильность и хронологическую непрерывность.

Таковым и оказалось решение, утвердившееся на протяжении периода, называемого фордистским.

Стабилизация занятости и сокращение рабочего времени

В XIX веке постоянный найм еще не доминировал: до конца XIX века общепринятой была временная, срочная занятость¹⁰.

10. *Fridenson P.* La subordination dans le travail, les questions de l'histoire // *La subordination dans le travail* / J.P. Chauchard, A.-C. Hardy-Dubernet (dir.). P: La Documentation Française, 2003. P. 59–69.

Вместе с тем стабильность занятости пока не входила в требования рабочего движения, тогда как для предпринимателей зарождающейся индустрии, которая формировалась по модели фабрики, она представляла собой первостепенную задачу. Для предпринимателей фиксирование постоянного найма было необходимо в целях наиболее эффективной эксплуатации средств производства при обеспечении непрерывности производственного процесса — условие *sine qua non* для генерирования высоких доходов.

Чтобы понять позицию рабочего и сопротивление заводскому режиму со стороны пролетариата тех времен, следует учитывать специфику социальных и экономических структур, а также поведение и интересы рабочих. Люди предпочитали работать самостоятельно, а на завод наниматься только на краткий срок, только когда независимый труд не приносил достаточной прибыли. Множественная занятость (между кустарной или коммерческой деятельностью и работой в цехах) была нормой, так же как и мобильность между индустрией и сельским хозяйством. Независимые типы деятельности, свободные от заводского распорядка и субординации заказам работодателя, давали работникам возможность обеспечить себя доходом, а значит, смягчить свою экономическую зависимость. Фигура «непревзойденного»¹¹, конечно же, наиболее показательна для демонстрации мощи рабочего сопротивления. «Непревзойденный» — это относительно эмансипированный рабочий, хозяин собственной мобильности и обязанностей. Он решал, когда, где, как долго и с кем работать. Он отказывался от работы, если ее продолжительность не совпадала с предпочитаемой им, и никогда не работал с предпринимателем, которого он не выбрал лично.

Ввиду сопротивления рабочих фабричному режиму и наемному труду на протяжении всего XIX века стратегия предпринимателей прибегала к разнообразным «силовым методам». Во Франции, например, введенная в обход закону от 22 жерминаля 11 года «рабочая книжка» была одним из таких «силовых методов» контроля длительности контракта. Устанавливаемые предпринимателями правила могли также ограничивать или ставить перед наемным рабочим определенные условия. С це-

11. *Sublime* («возвышенный») — так называли себя в конце XIX века сверхквалифицированные рабочие, на труд которых был высокий спрос: *Gazier B. Tous «Sublimes». Vers un nouveau plein-emploi*. P.: Flammarion, 2003.

лью фиксирования нанятых на постоянную работу в некоторых сферах назначались зарплаты сравнительно выше тех, что выплачивались в первичном секторе. Повышения зарплат в прошлом обуславливались той же целью, что и предоставление «досуга». Учреждение фондов социального страхования вместе с покрытием расходов на медобслуживание или выплатой пенсий послужили еще одним «силовым методом» для фиксирования наемного труда. Разработка принципов «научной организации труда» в начале XX века, а затем ее развитие в 20-е годы ускоряет, укрепляет и распространяет зависимость работника от компании. К зависимости, которую несет в себе наемный труд в качестве монетарного условия дохода, примешивается и зависимость от организации труда.

По мере того как способ индустриального производства и модель крупного предприятия становились доминирующими, возможности ремесленников и крестьян обеспечить себя доходом от независимого труда таяли. И это наряду с тем, что при укреплении монетарной системы в XX веке стабильная занятость стала требованием рабочего движения, которое парадоксальным образом совпало со стремлением предпринимателей установить постоянный найм. Как подчеркивает Кристиан Топалов, процесс стабилизации занятости радикально преобразует мир трудящихся:

Если прежде профессия была — для наиболее квалифицированных, а временная занятость — для наименее, то теперь все идет к тому, что общим типом организации труда и для тех, и для других станет предприятие. Свидетельством тому служат изменения в требованиях рабочих и в формах забастовочного движения между 1890 и 1930 годами¹².

Таким образом, как и предполагал Ледерер, в 1920-е годы зарождается процесс регламентации наемного труда, ведущий одновременно к стабилизации занятости и к сокращению рабочего времени. Этот процесс, прерванный кризисом 1929 года и Второй мировой войной, ускоряется в 1950–1960-х — в годы фордизма. В пределах одного столетия рабочее время сократилось вдвое. В странах Евросоюза, к примеру, оно уменьшилось от 70,6 часа в неделю в 1850 году до 37 часов в 1960-м. В результате высвободилось время — время досуга.

12. *Topalov Ch. Naissance du chômeur*. P.: Albin Michel, 1994. P. 21.

Раскрошенный труд и свободное время

В середине 1950-х работа Жоржа Фридманна «Раскрошенный труд. Специализация и досуг» знаменует собой рождение социологии труда во Франции. Фридманн исследовал рационализацию труда на Западе и Востоке, тейлоризм и стахановское движение. Вывод, к которому он пришел, заключался в том, что рабочее время и время, освобожденное от труда, тесно взаимосвязаны: свободное время — это время для бегства, отвлечения, которым работник стремится компенсировать свою неудовлетворенность от «расщепленного труда».

Отчаянное стремление к свободному времени, в терминах Даниэля Белла, говорит о судорожных поисках самовыражения и самореализации там, где труд отрицает всякий потенциал рабочего. Если

...инженер, руководитель производства, человек свободной профессии во многих случаях целиком поглощены своей работой, то рабочий — нет. <...> То, чего рабочие оказались лишены в работе — инициативы, ответственности, возможности довести дело до совершенства, — они стремятся отвоевать в досуге¹³.

Расщепленный, «раскрошенный» труд, по Фридманну, решающим образом способствует отчуждению, и именно это отчуждение направляет работника к тем формам «активного досуга», которые могли бы стать «возвышающими развлечениями... вовлекающими субъективность рабочего»¹⁴. Через 30 лет Жофр Дюмазье оспаривает пессимистичное истолкование Фридманна. Сокращение рабочего времени и параллельное увеличение свободного времени являются, по его мнению, настоящей культурной революцией¹⁵. Сам досуг — это, разумеется, продукт труда, существенная составляющая основанного на труде общества. Свобода перехода от одного вида досуга к другому — свобода ограниченная, досуг остается всего лишь промежуточным звеном в преобладающем типе времени — рабочем. Тем не менее, утверждает Дюмазье, в свою очередь, и свободное время воздействует на труд и участвует в формировании автономного субъекта.

13. *Friedmann G.* Op. cit. P. 170.

14. *Ibid.* P. 184.

15. *Dumazedier J.* La révolution culturelle du temps libre. 1968–1988. P.: Méridiens-Klincksieck, 1988.

2. Типы времени «расщепленной занятости»

Автономия труда представляет собой ключевую проблему, позволяющую понять смысл трансформаций труда и его хронопорядка в постфордизме. Фордизм, подчеркивал Арис Аккорнеро, нельзя путать с тейлоризмом и понимать его как форму организации труда: он является предпринимательской практикой¹⁶.

В начале XX века психологи труда доказали сильную зависимость индустриального предприятия от согласия рабочего на свое самоотчуждение. Генри Форд перевернул проблему: предприятие не может зависеть от рабочего и этого его согласия. Следует поставить рабочего в зависимость от самого себя таким образом, чтобы он добровольно самоотчуждался в обмен на более высокую зарплату и сокращение рабочего времени. Душа трудящегося должна оставаться в раздевалке, он забирает ее на выходе для досуга и прочего потребления благ.

После Форда менеджмент прибегает к очередному смещению: душа рабочего, его субъективность, также должна подключиться к работе. Такая перспектива была предложена уже в конце 1950-х Питером Друкером в его новаторском исследовании о новом менеджменте¹⁷ и о новом субъекте труда — «работнике знания» (*knowledge worker*). Теория Питера Друкера нормативна. Его задача не столько в описании, наряду с категорией *knowledge worker*, новых субъектов труда, сколько в изучении принципов нового менеджмента, которые обеспечили рост продуктивности труда. В фукианских терминах можно сказать, что новый менеджмент должен разрабатывать техники управления, призванные увеличивать потенциал сил, в то же время подчиняя их.

С точки зрения Друкера, рост производительности достигается не благодаря улучшению мастерства рабочего в процессе материального производства объектов, а в использовании и производстве знаний. Инновация, фактор конкурентоспособности, зависит от ответственности *knowledge worker*, его предпримчивости, способности решать проблемы. *Knowledge worker* оказывается, таким образом, в ситуации постоянного обучения. Его производительность будет измеряться не количественными,

16. Accornero A. Dove cercare le origini del taylorismo e del fordismo//Il Mulino. 1975. №5. P.673–693.

17. Drucker P. Landmark of Tomorrow. A report on the New «Post-Modern» World. N.Y.: Harper & Brothers, 1959.

а качественными критериями. Качества, которые от него требуются, — это когнитивные и коммуникативные навыки, которые работник должен мобилизовать сам, автономно. Иначе говоря, требование теперь предъявляется не к трудовой операции, а к самому работнику, обязанному подключить к работе свою субъективность. Такой работник и является тем субъектом труда, создать который должен постфордистский менеджмент. Как получить от работника согласие на парадоксальное принуждение его к автономии и на его отчуждение?

Гибкое управление занятостью («управление через страх»¹⁸), индивидуализация вознаграждения и индексация части заработной платы по результатам труда в виде премий или поощрений и долевого участия (стимулирующее управление), система индивидуального оценивания (управление контролем), перемежая количественные (достигнутые результаты) и качественные критерии (персональная вовлеченность, способность к сотрудничеству, инициативность), образуют множество техник по выработке «рецепта автономии» нашего *knowledge worker*.

Если следовать анализу Фуко, это переворачивание управленческой логики на макрополитическом уровне полностью совпадает с оборачиванием отношений между экономикой и обществом, которое осуществляет неолиберализм. Неолиберализм мыслит создание общества по образцу экономики. Иными словами, все общество должно полностью подчиниться управленческому этосу. Не превращаясь целиком в товарно-торговое, общество должно тем не менее

...подчиниться конкурентной динамике... из рыночных отношений, конкуренции и, следовательно, из фирмы должен исходить формообразующий потенциал общества¹⁹.

Общество должно быть оформлено по модели предприятия, фирмы. В конечном счете, пишет Фуко, «размножение и распространение формы предприятия внутри социального тела и является целью политики неолиберализма»²⁰. Таким образом, фи-

18. Мы с Маурицио Лаззарато активно использовали это понятие в нашем осмыслении движения работников зрелищных искусств. В несколько другом смысле оно употреблялось уже с 2010 года в работах экономиста Жака Женерё.

19. Foucault M. Naissance de la biopolitique, Cours au Collège de France, 1978/1979. P.: Gallimard, 2004. P. 152–153.

20. Ibid. P. 154.

гура «работника знания» как фордистского работника уступает место «самопредпринимателю» (*entrepreneur de soi*).

Что же происходит с освободившимся временем, когда автономия становится обязательной и включается в критерии оценивания работника, а постоянный трудовой договор перестает быть нормой найма и когда параллельно с массовой прекарностью мы видим возвращение фигуры независимого работника? Что можно сказать о свободном времени в жизни «самопредпринимателя»?

От раскрошенного труда к раскрошенной занятости

Утверждение заводского упорядоченного времени было не единственным из условий, навязанных организацией труда на заводах. Оно стало возможным ввиду той институциональной системы, главную роль в которой играли школа и Церковь. Именно благодаря этим институтам дисциплина времени была не только внешним условием (разделение труда, наблюдение за рабочими, система поощрений), но и интериоризированным правилом, принимаемым трудящимися. Семья, школа, завод — это те институты, которые Мишель Фуко анализировал наряду с больницей и тюрьмой в качестве институций-столпов «дисциплинарного общества»²¹.

Вслед за Мишелем Фуко Жиль Делёз различал «дисциплинарные общества» и «общества контроля»²². Первые, достигшие апогея в начале XX века, структурировались пространствами изоляции. С тех пор, хоть и не исчезая окончательно, институты дисциплинарных обществ уступают место институтам обществ контроля. Если в дисциплинарных обществах «командование» реализуется извне, формально, то в обществах контроля это «командование» совершается внутри самих социальных процессов производства, внутри способа производства социальной коммуникации. Если пространства изоляции представляют собой матрицы, то виды контроля — это модуляция, «самодеформирующий» муляж, постоянно, каждое мгновение меняющийся, наподобие сита, все отверстия которого постоянно бы меняли размер»²³.

21. Foucault M. La société disciplinaire en crise//Foucault M. Dits et Ecrits. T. 2. P.: Gallimard, 2001 [1978]. P. 532–534.

22. Deleuze G. Post-scriptum sur les sociétés de contrôle//Deleuze G. Pourparlers. P.: Minuit, 1990. P. 240–247.

23. Перевод по изданию: Делёз Ж. Post scriptum к обществам контроля//

Социолог Филипп Зарифьян²⁴ подхватывает концепт модуляции для объяснения текущих трансформаций труда, начиная с кризиса индустриального труда и фордистских методов менеджмента²⁵. Он считает, что перед лицом кризиса дисциплинарных обществ и их институций мы переходим к обществу «контроля модуляцией». В таком обществе обязательно регулярно отчитываться не только о проделанной работе, но и о достигнутых результатах, а поэтому необходимо осуществлять самодисциплинирование. Оно включает в себя и модификацию понятия рабочего времени, поскольку оно определяется согласно двум модальностям: это дедлайн, то есть дата, к которой должны быть получены результаты, и длительность реализации проекта — время прерывистое, состоящее из экспериментирования, исследования и творчества.

Если эти трансформации обычно трактуются только как источник новых форм угнетения, то Зарифьян настаивает на одной поправке: принцип модуляции не сводим к обычному механизму контроля, он выражает также и конкретизацию требования свободы, позволяет преодолевать барьеры как физические, так и эмоциональные и интеллектуальные. Таким образом, модуляцию можно понимать как возможность для индивидов, стремящихся быть хозяевами собственной жизни и поведения, свободно выбирать, какой опыт обретать, какие испытания претерпевать, и разнообразить их согласно личным стремлениям и желаниям.

Если время «дедлайнов» все еще подчиняется дисциплине часов и по сути сохраняет ту же природу времени, что свойственна тейлористским заводам, то «протяженное» время, описываемое Зарифьяном и Делёзом как время «становления», — это время, в котором прошлое пробивается к будущему. Мобилизация памяти опыта, столкновение с фактами, операции обобщения, которые выражаются в принятии решений (выборе) и в инициативности (активности), — все это характеризует время-становление.

У прерывности, которую мы вместе с Жилем Делёзом можем определить как модуляцию типов пространства-времени

Делёз Ж. Переговоры / Пер. с фр. В.Ю.Быстрова. СПб.: Наука, 2004. С. 228. — *Прим. пер.*

24. См., в частности: *Zarifian P. Des sociétés disciplinaires aux sociétés de contrôle*. URL: <http://philippe.zarifian.pagesperso-orange.fr/page111.htm>.

25. *Zarifian P. Le travail et la compétence: entre puissance et contrôle*. P.: PUF, 2009.

(или хронотопа), есть два лица. Одно озарено красотой свободы, о которой говорит Зарифьян, свободы действовать без внешних ограничений, согласно пристрастиям и желаниям, свободы как возможности располагать и управлять своим временем. Другое лицо обладает теми чертами нестабильности «раскрошенной занятости», которые выражаются в нездоровой ситуации с самим временем, в своего рода загрязнении самой темпоральности, которое присуще жизни «самопредпринимателя».

Утрата владения собственным временем, или Загрязнение времени жизни

Согласно социологу Уильяму Гроссину, «тотальная экология» занимается охраной совокупной естественной среды. Ее задача

...оптимальным образом адаптировать искусственно созданную среду к потребностям человека, будь то его пространственное или же временное окружение. Как в первом, так и во втором случаях она задается целью восстановления, сохранения и улучшения качества жизни²⁶.

В своем введении в темпоральную экологию Гроссин предлагает понятие темпорального уравнения: оно выводится из «опыта и образа жизни, повседневных практик и репрезентации господствующего типа социального времени». Рабочее время в качестве преобладающего в наших современных обществах социального времени влияет на свойства индивидуального темпорального уравнения, при этом «базовое темпоральное уравнение определяется как конфигурация признаков, общих для субъектов одной культуры» (например, рабочей, крестьянской и пр.)²⁷.

Оперируя переменными темпорального уравнения Гроссина, я попытаюсь извлечь возможную схему данного уравнения для «самопредпринимателя», работника, нанимаемого под точечный проект, прекарного фрилансера.

• *Темпоральная ориентация* — первая переменная этого уравнения. Она связана с расположением субъекта во времени и зависит от структуры его обычной жизни. Постоянное изменение хронологических ориентиров, вызванное

26. Grossin W. Pour une science des temps. Introduction à l'écologie temporelle. P.: Octarès, 1996. P.123.

27. Ibid. P.128.

новыми формами труда и отсутствием структуры обычной жизни, имеет своим следствием трудности ориентации, даже настоящую дезориентацию. В результате оказывается трудным «жить в настоящем».

- *Темпоральный горизонт* — вторая переменная уравнения. Она задается сочетанием настоящего и той темпоральности, которая выходит за рамки настоящего и в которую настоящее встраивается. Так, неопределенность, характеризующая жизнь прекариата, и частые изменения темпорального горизонта, с которыми он вынужден иметь дело, порождают чувство неуверенности. Темпоральный горизонт прекариата весьма ограничен, а «слишком узкий темпоральный горизонт лишен проектов». По словам одного респондента, опрошенного мной в рамках соцопроса, «невозможность проецировать себя в будущее и невозможность быть в настоящем».
- *Режим постоянного доступа* — третья переменная. Это открытость времени одного человека для времени другого, а также возможность принимать непредвиденное, неожиданное. Готовность быть всегда на связи является как раз одной из ключевых переменных состояния «самопредпринимателя». Работник с непостоянной занятостью свободен чаще всего только формально, на деле же его доступность ограничена, она предстает как «навязанное принуждение... как время, подвешенное в ожидании телефонного звонка»²⁸. Нужно всегда быть начеку, готовым схватиться за первую попавшуюся работу. Имеющееся в распоряжении время — это и время, «заранее занятое» встречами в социальных институтах, поиском работы и/или финансирования. Масса времени, которое люди проводят в одиночку и которое сокращает часы, разделяемые с другими, обостряет временной дисбаланс.
- *Темпоральный менеджмент* — четвертая переменная. Она касается планирования дел и распределения времени в повседневной жизни. Он позволяет органично согласовывать между собой типы индивидуального и коллективного времени. В случае прекарного субъекта темпоральный менеджмент оказывается несколько проблематичным ввиду фрагментации времени и «одержимости занятостью, пося-

28. Bureau M.-C., Corsani A. Un salariat au-delà du salariat? Nancy: PUN, 2012.

гающей на время личной жизни, которое становится от этого пористым, как будто дырявым»²⁹.

- *Темпоральное творчество* — последняя переменная, которую анализирует Гроссин. По его мнению, никто не владеет своим временем, если сам его не производит. Наилучшим образом темпоральное творчество проявляется в способах индивидуального досуга, когда оно сосредоточено на каком-то деле, «произведении». Только когда индивид страстно посвящает себя какому-то занятию, возникает темпоральное творчество. Однако, если исходить из анализа и терминов Андре Горца³⁰, эти увлеченные занятия, с одной стороны, представляют собой сегодня инвестирование в «производство самости» (*production de soi*), а с другой — темпоральное давление существенно воздействует на возможности освободить от всяких ограничений время «рекреации» и в связи с этим на возможности производить собственное время. Охваченный «профессиональной лихорадкой» и временем, скорость которого он уже не способен контролировать, «самопредприниматель» оказывается в нарушенном равновесии, в темпоральном дисбалансе, поражающем саму его экзистенцию.

В точности как для независимого работника, о котором говорил Ледерер, или же как для писателя или артиста прежних времен, описанных Томпсоном, труд и жизнь наслаиваются друг на друга в жизни «самопредпринимателей», но они не в состоянии организовать свой хронопорядок и добиться некоторого его равновесия.

Рабочее время, хотя за сто лет и значительно сократившееся, доминирует, как никогда; трудом бредит не только настоящее, но и будущее; жизненное время колонизировано трудом в самом производстве самости. Прерывистый характер занятости представляет собой не чередование периодов интенсивного труда и отдыха, он воспринимается, скорее, как дробление времени, того постоянно ускоряющегося времени, над которым мы теряем контроль.

Информационные и коммуникационные технологии, в частности культура *Web 2.0*, усугубляют эти явления. Мы вынуждены постоянно воспринимать, обрабатывать и производить ин-

29. Ibid.

30. Gorz A. L'immatériel. P.: Galilée, 2003.

формацию. Хотя киберпространство теоретически бесконечно, писал Франко Берарди,

...этого нельзя сказать о кибервремени. То есть о способности разумного организма обрабатывать киберпространственную информацию... Сегодня психопатология проявляется в форме социокоммуникативной эпидемии. Если мы не хотим отставать, мы должны быть конкурентоспособны, а для этого постоянно быть на связи, должны уметь получать и обрабатывать огромные, все время растущие массивы данных. Постоянная концентрация внимания вызывает стресс и сокращение времени для аффективных отношений³¹.

Вместо заключения

Если фордизм задавал ритм жизни, расчленяя время на рабочее и свободное, а общество наемного труда гарантировало социальные права в обмен на самоотчуждение человека в работе, то новые технологии управления подгоняют общество под новую модель, где фирма становится эталоном любой социальной формы — от индивида до государства. Душа, субъективность должны быть привлечены к труду бесперебойно.

В итоге парадоксальным образом и вопреки тому, что капиталистическое использование технологий сделало возможной все большую экономию времени, возникает острое чувство его нехватки. Таков парадокс, обнаруженный и проанализированный Хартмутом Роза³². Будь то по причине изученной Вебером протестантской этики и осуждения ею траты времени как самого тяжкого греха, или ввиду страха аномии, возникающей в результате неспособности приспосабливаться к социальным переменам (Дюркгейм), или же ввиду свойства капитализма уничтожать все стабильное (Маркс и Энгельс), темпоральные структуры современности, согласно Роза, разворачиваются под знаком ускорения. Сдвиг в восприятии времени является в таком случае результатом глобального процесса социального ускорения, по причине которого проект модернизации обращается против самого себя. Для Роза страх человека, висящего на мо-

31. *Berardi F. Precarious Rhapsody: Semiocapitalism and the pathologies of post-alpha generation.* L.: Minor Compositions; Brooklyn, N.Y.: Distributed by Autonomedia, 2009.

32. *Rosa H. Accélération. Une critique sociale du temps.* P.: La Découverte, 2010 [2005].

бильном телефоне, выражает фундаментальный страх, овладевший людьми в наших обществах позднего модерна, — страх упустить возможности или важные контакты. Разрыв между сферами труда и жизни преодолён; труд ресубъективирован, он беспощадно колонизирует «зарождающиеся в жизненном мире ресурсы». Темпоральный менеджмент формируется гибко и в индивидуальном порядке — в том самом времени, которое Хартмут Роза называет «темперированным временем повседневной жизни». Организация самого свободного времени подчиняется труду, притом что мы не знаем на самом деле, делаем мы свою работу для себя или в интересах профессии. В такой ситуации формируется все более распространённый опыт: Роза показывает, как семантику свободного времени пронизывает лексика с преобладанием понятий долга и обязанности: «мне нужно заняться спортом», «я должен читать газеты» и т.д. Противоречие доводится до предела, ведь из-за невозможности оставить себе время на самого себя, всякое творчество рискует иссякнуть. Так социальное ускорение оборачивается культурным оцепенением³³.

Каковы альтернативы?

Решения, предлагаемые во Франции работниками зрелищных искусств, с одной стороны, и «кооперативами труда и занятости», с другой, предвосхищают некий вариант альтернативы наемному труду и самопредпринимательству. Работники зрелищных искусств пришли к оригинальной модели социальной защиты, основанной на принципах взаимного страхования, защиты от неолиберальной логики индивидуализации и капитализации. Речь о том, чтобы гарантировать каждому постоянный доход, не взирая на нестабильную занятость, чтобы снизить риск прекратности и дать возможность производить свое время и развивать независимые виды деятельности. В свою очередь, «кооперативы труда и занятости», возникшие из отказа от самопредпринимательства, возродили традицию страхования, развитую в рабочем движении XIX века, и изобрели новые формы кооперативного предприятия. Некоторые из кооперативов, например *Coopérative*, сегодня фактически превращаются в настоящие компании по трудовому страхованию, ставящие целью предоставить индивидам наилучшее владение их временем. В обоих случаях мы

33. Bureau M.-C., Corsani A. Op. cit.

имеем дело с усилиями по возрождению идей и практик взаимного, или коллективного, страхования, восходящих к заре рабочего движения. Оба они частичны, но их объединение способно усилить субверсивный эффект каждого из них в борьбе за возвращение «утраченного времени».

Литература

- Accornero A. Dove cercare le origini del taylorismo e del fordismo // Il Mulino. 1975. № 5. P. 673–693.
- Allegri G., Ciccarelli R. Il Quinto Stato. Perché il lavoro indipendente è il nostro futuro. Precari, autonomi, free lance per una nuova società. Milano: Ponte alle Grazie, 2013.
- Berardi F. Precarious Rhapsody: Semio-capitalism and the pathologies of post-alpha generation. L.: Minor Compositions; Brooklyn, N.Y.: Distributed by Autonomedia, 2009.
- Bernstein S., Coiquaud U., Dupuis M.-J., Fontaine L. L., Morissette L., Paquet E., Wallée G. Les transformations des relations d'emploi: une sécurité compromise? // Regard sur le travail. 2009. Vol. 6. № 1. P. 19–29.
- Bologna S. Per un'antropologia del lavoratore autonomo // Il lavoro autonomo di seconda generazione / S. Bologna, A. Fumagalli (eds). Milano: Feltrinelli, 1997. P. 81–132.
- Bureau M.-C., Corsani A. Un salariat au-delà du salariat? Nancy: PUN, 2012.
- Deleuze G. Post-scriptum sur les sociétés de contrôle // Deleuze G. Pourparlers. P.: Minuit, 1990. P. 240–247.
- Drucker P. Landmark of Tomorrow. A report on the New “Post-Modern” World. N.Y.: Harper & Brothers, 1959.
- Dumazedier J. La révolution culturelle du temps libre. 1968–1988. P.: Méridiens-Klincksieck, 1988.
- Foucault M. La société disciplinaire en crise // Foucault M. Dits et Ecrits. T. 2. P.: Gallimard, 2001 [1978]. P. 532–534.
- Foucault M. Naissance de la biopolitique, Cours au Collège de France, 1978/1979. P.: Gallimard, 2004. P. 152–153.
- Fridenson P. La subordination dans le travail, les questions de l'histoire // La subordination dans le travail / J. P. Chauchard, A.-C. Hardy-Dubernet (dir.). P.: La Documentation Française, 2003. P. 59–69.
- Friedmann G. Le travail en miettes. Spécialisation et loisirs. Bruxelles: Éditions de l'Université de Bruxelles, 1964 [1956].
- Gazier B. Tous «Sublimes». Vers un nouveau plein-emploi. P.: Flammarion, 2003.
- Gorz A. L'immatériel. P.: Galilée, 2003.
- Grossin W. Pour une science des temps. Introduction à l'écologie temporelle. P.: Octarès, 1996. P. 123.
- Rosa H. Accélération. Une critique sociale du temps. P.: La Découverte, 2010 [2005].
- Sue R. La sociologie des temps sociaux une voie de recherche en éducation // Revue française de Pédagogie. 1993. № 104. P. 61–72.
- Thompson E. P. Temps, discipline du travail et capitalisme industriel. P.: La Fabrique, 2004 [1967].
- Topalov Ch. Naissance du chômeur. P.: Albin Michel, 1994.
- Zarifian P. Des sociétés disciplinaires aux sociétés de contrôle. Режим доступа: <http://philippe.zarifian.pagesperso-orange.fr/page111.htm>.
- Zarifian P. Le travail et la compétence: entre puissance et contrôle. P.: PUF, 2009.
- Делёз Ж. Post scriptum к обществам контроля // Делёз Ж. Переговоры / Пер. с фр. В. Ю. Быстрова. СПб.: Наука, 2004. С. 228.

Transformation of Labor and its Temporalities: Chronological Disorientation and the Colonization of Non-working Time

Antonella Corsani. PhD in Economics, Researcher at the Institute of Historical Dynamics of Economics and Society), Lecturer at the Economic Faculty at Penthéon-Sorbonne University Paris 1. Address: 16 Carnot Blvd, 92340 Bourg-la Reine, France. E-mail: antonella.corsani@univ-paris1.fr.

Keywords: employment; salary relations; self-employed; split labor; temporal relations; production of self.

One hundred years ago, Emil Lederer supposed that the transition from the condition of independence to the status of employee caused a change in temporal perception. After the war, Georges Friedmann realized that in Taylorism and Stakhanovism, work time and free time are closely connected: for an employee, leisure time is a time of escape from dissatisfaction due to *split labor*. In this article, the author argues that we are facing yet another important change due to the transformation of the employee into a *self-entrepreneur*, signalling a transition

from *split labor* to *split employment*. Two major aspects of this change are analyzed: a) temporal disorientation caused by the loss of the temporal horizon crucial for one's existence; b) colonization of free time by the task of constant *self-production* (André Gorz).

We can interpret such an anthropological change in two ways: 1) time control is no longer mediated by disciplinary practices, but is rather run by technologies of neoliberal governments whose aim is the submission of any social form to the managerial ethos (following ideas of Michel Foucault); 2) perceptions of existential time result in a global process of social acceleration, where the project of modernity turns against itself (following Hartmut Rosa). Now, the fundamental fear people have is to miss opportunities or crucial connections. The organization of free time also becomes the subject of such a fear. The semantics of free time are now filled by notions of duty and obligation: I must do sports, I have to read newspapers, and so on.

References

- Accornero A. Dove cercare le origini del taylorismo e del fordismo. *Il Mulino*, 1975, no. 5, pp. 673–693.
- Allegri G., Ciccarelli R. *Il Quinto Stato. Perché il lavoro indipendente è il nostro futuro. Precari, autonomi, free lance per una nuova società*, Milano, Ponte alle Grazie, 2013.
- Berardi F. *Precarious Rhapsody: Semio-capitalism and the Pathologies of Post-Alpha Generation*, London, Minor Compositions, Brooklyn, NY, Autonomedia, 2009.
- Bernstein S., Coiquaud U., Dupuis M.-J., Fontaine L.-L., Morissette L., Paquet E., Wallée G. Les transformations des relations d'emploi: une sécurité compromise? *Regard sur le travail*, 2009, vol. 6, no 1, pp. 19–29.
- Bologna S. Per un'antropologia del lavoratore autonomo. *Il lavoro autonomo di seconda generazione* (eds S. Bologna, A. Fumagalli), Milano, Feltrinelli, 1997, pp. 81–132.
- Bureau M.-C., Corsani A. *Un salariat au-delà du salariat?* Nancy, PUN, 2012.
- Deleuze G. Post-scriptum sur les sociétés de contrôle. *Pourparlers*, Paris, Minuit, 1990, pp. 240–247.
- Deleuze G. Post scriptum k obshchestvam kontroliia [Post-scriptum sur les sociétés de contrôle]. *Peregovory* [Pourparlers] (trans. V. Bystrov), Saint Petersburg, Nauka, 2004, pp. 215–233.

- Drucker P. *Landmark of Tomorrow. A report on the New "Post-Modern" World*, New York, Harper & Brothers, 1959.
- Dumazedier J. *La révolution culturelle du temps libre. 1968–1988*, Paris, Méridiens-Klincksieck, 1988.
- Foucault M. La société disciplinaire en crise. *Dits et Ecrits. T. 2*, Paris, Gallimard, 2001, pp. 532–534.
- Foucault M. *Naissance de la biopolitique, Cours au Collège de France, 1978/1979*, Paris, Gallimard, 2004.
- Fridenson P. La subordination dans le travail, les questions de l'histoire. *La subordination dans le travail* (eds J. P. Chauchard, A.-C. Hardy-Dubernet), Paris, La Documentation Française, 2003, pp. 59–69.
- Friedmann G. *Le travail en miettes. Spécialisation et loisirs*, Bruxelles, Éditions de l'Université de Bruxelles, 1964.
- Gazier B. *Tous "Sublimes". Vers un nouveau plein-emploi*, Paris, Flammarion, 2003.
- Gorz A. *L'immatériel*, Paris, Galilée, 2003.
- Grossin W. *Pour une science des temps. Introduction à l'écologie temporelle*, Paris, Octarès, 1996.
- Rosa H. *Accélération. Une critique sociale du temps*, Paris, La Découverte, 2010.
- Sue R. La sociologie des temps sociaux: une voie de recherche en éducation. *Revue française de Pédagogie*, 1993, no. 104, pp. 61–72.
- Thompson E. P. *Temps, discipline du travail et capitalisme industriel*, Paris, La Fabrique, 2004.
- Topalov Ch. *Naissance du chômeur*, Paris, Albin Michel, 1994.
- Zarifian P. Des sociétés disciplinaires aux sociétés de contrôle. *Site personnel de Philippe Zarifian*. Available at: <http://philippe.zarifian.pagesperso-orange.fr/page111.htm>.
- Zarifian P. *Le travail et la compétence: entre puissance et contrôle*, Paris, PUF, 2009.

Освобождение от труда, безусловное пособие и глупая воля

Михаил Маяцкий

Доктор философии, научный сотрудник
Лозаннского университета и школы
философии факультета гуманитарных
наук Национального исследователь-
ского университета «Высшая школа
экономики».

Адрес: 105066, Москва, ул. Старая
Басманная, 21/4.

E-mail: mmaiatsky@gmail.com.

Ключевые слова: акрасия; безуслов-
ное пособие; безработица; труд; сво-
бодная деятельность.



Русская «Википедия» назва-
ла его *безусловным основным
доходом*, но в литературе сло-
воупотребление, кажется, еще
не устоялось, да и в русско-
язычных общественных де-
батах черед этой темы еще
явно не настал. В развитых же
странах тема безусловного ос-
новного (иначе — экзистен-
циального, гражданского, ба-
зового, солидарного) дохода,
или пособия (мы будем назы-
вать его впредь *безусловным
пособием* или просто *посо-
бием*), обсуждается уже дав-
но, по меньшей мере со времен
французской революции, когда
будущий крестный отец аме-
риканской нации Томас Пейн

Статья подходит к анализу безусловного основного дохода, или пособия, с точки зрения феномена *акрасии* (греч. *akratia/akrateia*, лат. *incontinentia*), который, начиная по меньшей мере с софистов, привлекает внимание философов и моралистов. С акратическим поведением мы имеем дело в тех случаях, когда человек знает (или информирован) о том, что определенное действие в данной ситуации предпочтительно, и тем не менее совершает противоположное (или другое). За две с лишним тысячи лет ситуация изменилась; например, диверсифицировался смысл «блага». Автор подходит к безусловному пособию социально-психологически, задавая вопросы: как бенефициар пособия его воспримет? как истолкует ожидания, предъявляемые ему обществом взамен на пособие?

Есть две основные теоретические версии безусловного пособия: 1) от бе-

нефициара эксплицитно ожидается некое позитивное, или конструктивное, поведение; 2) подчеркивается безусловный характер пособия, которое не является ни наградой, ни авансом. В первом случае велик соблазн акрасии, во втором — имплицитно подразумевается одно условие, которое и делает всю затею утопичной: свободная деятельность не должна ни под каким предлогом иметь в качестве цели или горизонта капиталистические отношения (Андре Горц). Автор предполагает, однако, что труд по-прежнему является «поставщиком смысла» для миллионов людей, а капитализируемые умения и навыки еще во многом пересекаются с тем, которые вменяются «свободной деятельности». Многие из этих миллионов окажутся невооруженными перед резким переходом от труда к деятельности, который снабдит их лишь аттестатом социальной незрелости.

провозгласил принцип «без дохода нет гражданина». В XX веке вопрос о безусловном пособии ставился и политиками, и экономистами, и активистами¹. В особо процветающих странах он может стать и предметом референдума — инициатива такого рода собралась в Швейцарии достаточное число голосов. Швейцарское

1. См.: Дрешер Й. и др. Идея освобождающего безусловного основного дохода. Киев: Центр А.В.С., 2007; Bresson Y. Le revenu d'existence ou la métamorphose de l'être social. P: L'esprit frappeur, 2000; Arguing for basic income: ethical foundations for a radical reform/Ph. Van Parijs (ed.). L.; N.Y.: Verso, 1992; Van Parijs Ph. Peut-on justifier une allocation universelle? Une relecture de quelques théories de la justice économique// Futuribles. Juin 1990. № 144. P. 29–42; Vanderborcht Y., Van Parijs Ph. L'allocation universelle. P: La Découverte, 2005; Raventós D. Basic income: the material conditions of freedom. L.; Ann Arbor, MI: Pluto Press, 2007; Ferry J.-M. L'allocation universelle: pour un revenu de citoyenneté. P: Cerf, 1995; Vers un revenu inconditionnel? P: La Découverte, 1996 (La revue du MAUSS. 1996. № 7); Müller Ch., Straub D. Die Befreiung der Schweiz: über das bedingungslose Grundeinkommen. Zürich: Limmat, 2012; BIEN Suisse. Le financement d'un revenu de base inconditionnel. Zurich: Seismo, 2010. См. также фильм Энно Шмидта и Даниеля Хэни «Безусловный основной доход» (*Grundeinkommen — ein Kulturimpuls*) 2008 года: <https://youtu.be/ExRs7j5itw>.

правительство уже посоветовало своим гражданам высказаться против его введения, ведь отрывать труд от вознаграждения — это безнравственно. Здесь не любят беситься с жиру, а уж тем более демонстрировать это *urbi et orbi*. Но проблема осталась, и тема тоже.

Тема эта, надо признаться, одна из наименее приятных. В эсхатологическом и, прямо скажем, катастрофическом горизонте, в котором наша планета оказалась в начале XXI века, сама тема безусловного пособия звучит как неслышанное обещание и сияет как уже неожиданный луч света в сгустившейся было навсегда тьме. Замена человека машиной, неуклонный рост производительности, нестабильность рынков на фоне экологического, энергетического и прочих геополитических кризисов — все это ставит любого и каждого в неустойчивую, прекарную трудовую ситуацию, что входит в прямой конфликт с тем привилегированным местом, которое по-прежнему занимает труд в символической системе нашей цивилизации. Между тем ситуация найма, зарплатные отношения все меньше соответствуют реальностям производства и потребления, всей организации социума. Будучи сформированы в разгар классической индустриальной эпохи, они плохо отражают ситуацию уменьшения абсолютной численности и относительной доли рабочего класса, рождения и расцвета индустрии услуг, банализации временных контрактов и фриланса, увеличения сегмента высокотехнологичных благ (так называемых *high-value-added goods*).

Идеология труда и идущий с ней рука об руку меритократизм образуют лишь грандиозный фасад, плохо скрывающий зияющие проблемы нынешнего, а еще больше завтрашнего мира. Самое время готовиться и готовить общество к масштабному преобразованию — к переходу от труда к деятельности. И вопрос о пособии чрезвычайно важен именно в этой связи. Однако и в развитых западных обществах осознание этих проблем отстает от собственно развития: дискурс практически всех политических партий демонстрирует все углубляющийся разрыв между реальным процессом и идеями, застрявшими в золотом веке бурного послевоенного промышленного роста и традиционных ценностей труда, которые вменяют чувство вины все большему числу сограждан. Ибо благодаря росту производительности (или из-за него) общество нуждается во все меньшем объеме человеческого труда и поэтому все менее способно обеспечить всех граждан работой. Экономика преследует одну цель: максимум прибыли при минимуме вложений, что совсем не то же

самое, что дать каждому оплачиваемую работу. Весьма красноречиво то сопротивление, с которым во Франции была встречена попытка ограничить рабочую неделю 35 рабочими часами: в ней умудрились увидеть причину общественных болезней, тогда как она была пусть робкой, противоречивой, но мерой по их излечению.

Уже нельзя и мечтать об установлении или сохранении общественной связи на столь шаткой основе, как религия труда: больше половины населения не включены в орбиту труда в его «традиционной», то есть индустриальной, форме. Утверждать, как делают некоторые, что речь идет о сознательном *выборе* граждан, означает вводить различие между «хорошими» и «плохими», «трудолюбивыми» и «ленивыми» и, таким образом, подрывать ту самую общественную связь. Как писал Андре Горц,

...для почти половины трудоспособного населения идеология труда стала дурной шуткой; отождествлять себя с трудом для них отныне невозможно, поскольку экономическая система более не нуждается — или не нуждается регулярно — в их рабочей силе².

Труд должен перестать быть той странной штукой, к которой принуждают и которой устаивают, которую возделают и от которой отлынивают, — одним словом, тем центральным для индустриального общества феноменом, который уже неадекватен модели общества, пришедшего ему на смену. Все большее число продуктов, изобретений, удобств, открытий обязаны своим существованием скорее свободному и творческому, нежели рабочему времени, для которого характерны монотонность, послушание, дисциплина и строго очерченные обязанности. Все большая масса ценностей — от «Википедии» до семейного воспитания (роль которого отнюдь не снижается, но возрастает) — создается вне рамок труда по найму.

Напротив, современное производство все больше рассчитывает на конструирование работником самого себя, а именно на приобретение им навыков и «хитростей», которым не учат нигде и которыми, однако, работодатели интересуются все больше. Устаревание же технического знания стало таким быстрым, что образование не только среднее, но и высшее может дать лишь

2. Gorz A. Pourquoi la société salariale a besoin de nouveaux valets // Idem. *Bâtir la civilisation du temps libre*. P.: Les liens qui libèrent; Monde diplomatique, 2013. P. 27.

самый фундамент того здания знаний, которое человеку придется строить, уже не мечтая о «завершении», всю свою профессиональную жизнь.

Кстати, эпоха, когда учеба занимала лишь начальную стадию человеческой жизни, а затем сменялась работой, канула в прошлое. На человеческом пути (который в любом случае не сводим к *карьере*) труд все больше *чередуются* с учебой, в том числе и потому, что виды деятельности приходится менять: скорость умирания старых и рождения новых профессий также нарастает. Специализация, переквалификация, стажировки, система непрерывного образования (*continuing education*; «непрерывное» — сказано громко и по сути неверно, но именно этот термин, кажется, прижился в русском языке), сетевые курсы, самообразование всеми возможными способами, попытки освоения новых областей знания и умения (и не обязательно с прицелом на будущую смену профессии) — вот что все больше характеризует реальную экономику. Однако эти факторы еще далеки от подobaющего им признания, в том числе инвестиционного; они пока еще вырастают скорее в зазорах между устоявшимися неповоротливыми институтами, чем в их лоне. Фирмы вынуждены оплачивать до- или переобучение персонала, хотя предпочитают, конечно, пользоваться «бесплатными» навыками.

Размывается не только граница между учебой и работой. Грань между трудом и досугом также теряет четкость. Понятие «работа на полную ставку» меняет смысл. Сегодня работнику уже не приходится в голову толковать его как «от звонка до звонка». Он молчаливо принимает идею быть на связи 24 часа в сутки 7 дней в неделю. В обмен на эту чудовищную занятость он получает гибкость и пористость рабочего времени: возможность не только делать покупки (в магазине или в Сети), но и читать, общаться с друзьями через социальные сети, а также... искать новую работу. Сейчас это рассматривается уже не как измена, а, наоборот, как признак здорового честолюбия.

Обилие благ и услуг, предлагаемое обществом потребления, диктует увеличение времени на их потребление, что, по идее, должно толкать общество к сокращению рабочего времени в пользу досуга. Но в недавнем эссе³, вызвавшем широкий резонанс, антрополог Дэвид Грэбер констатирует, что, вместо того чтобы сократить рабочее время каждого до 3–4 часов в день,

3. Graeber D. On the Phenomenon of Bullshit Jobs // Strike! Magazine. 17.08.2013. URL: <http://strikemag.org/bullshit-jobs/>.

предоставив ему время для свободы и развития (а материальные условия для этого уже налицо), цивилизация предпочитает придумывать новые виды работы, по большей части «туфтовые» (*bullshit*), бесполезные или даже вредные для общества и разрушительные для достоинства и самооценки человека. Не нужно усугублять позицию Грэбера, чтобы осмелиться на утверждение, что интересам сообщества способствовало бы запрещение телефонного маркетинга, которое освободило бы тысячи индивидов, обреченных на эту идиотскую и унижительную работу, и дало бы им возможность искать другую деятельность или же, на худой конец, *ничего не делать*, если бы могло предоставить им — в виде безусловного пособия — минимальную покупательную способность, необходимую как для их проживания, так и для стимулирования экономики.

Но так ли это просто — ничего не делать? Здесь я хотел бы обсудить *мотивацию* бенефициаров пособия, тех, кого им одарят (или же обрекут на него; это нам и предстоит выяснить). Напомним главное: лишь часть творческого труда сегодня оплачивается. У экономики нет никаких резонов платить за него, поскольку он падает готовеньким в ее руки. Понятие рабочего дня уходит в прошлое. Рабочий день становится ненормированным. Люди остаются на работе после официального закрытия, берут задания на дом, должны быть в постоянном доступе. От работника ждут сегодня отнюдь не рутинного выполнения фиксированного функционала, а инициативы, изобретения новых обязанностей, открытия новых горизонтов для фирмы, ждут, что он, — разумеется, за рамками формализованных рабочих часов — сам себя образует, приобретет компетенции, нужные для этих новых задач. Базисная общественная модель, в основе которой лежит наемный труд, становится лицемерием. Отсюда идея некоего социального пособия, которое бы воздавало должное творческой составляющей, остающейся неоплаченной, и вознаграждало бы разные типы социального времени, а не только один из них.

Эта идея была еще более радикализирована требованием *безусловности* такого пособия: оно должно выдаваться безотносительно как к уже выполненному труду, так и к тому, который когда-нибудь должен быть выполнен. Оно должно побуждать к полноценной жизни, конкретное содержание которой определит сам человек. Иначе говоря, идею социального минимального пособия дополняет императив выдавать его не в форме вознаграждения и не в обмен на обещание заняться чем-то

общественно-полезным, а без всякого условия. Андре Горц многократно подчеркивал, что только безусловный характер пособия сможет сохранить свободу человеческой деятельности, весь смысл которой в том, чтобы выполнять ее ради ее самой.

Возникает вопрос, будет ли она выполняться ради нее и даже будет ли она выполняться вообще.

Теоретики безусловного пособия много обсуждают его источники и саму его природу. Должно ли оно быть разновидностью существующих выплат или же базисным доходом наряду с зарплатой и пенсией? Приводимые аргументы слишком техничны для моей скромной экономической компетенции. Не менее важно, на мой взгляд, попытаться представить, как пособие будет восприниматься заинтересованными лицами, а именно всем активным населением данной страны или области⁴. И здесь трудно абстрагироваться от вопроса: несмотря на провозглашенный безусловный характер пособия, *что именно*, в представлении бенефициаров, общество будет ожидать от них? Речь здесь не о фактическом ожидании, а о том, которое будет вменяться бенефициарами государственной или иной инстанции, распределяющей эту ренту. Эти вопросы не сводятся ни к проблеме природы пособия, ни к проблеме официального толкования (образа, идеологемы), которое этому неординарному пособию дадут власти.

Сколь необычным и странным оно бы ни казалось, граждане вряд ли избегут искушения понять его по модели уже знакомых форм. Скорее всего, они увидят в нем либо 1) вознаграждение, либо 2) подачку. Иначе говоря, пособие, вероятно, породит либо 1) ощущение, что «государство наконец возвращает нам то, что должно», либо 2) убежденность, что «если государство нам его выплачивает, то это потому, что на самом деле оно нам должно гораздо больше». В обоих случаях трудно исключить риск, что пособие будет воспринято в перспективе не освобождения, а очередного порабощения. И можно представить себе, что реакция или даже сопротивление этой социальной мере примет различные формы, как активные (левые и правые будут критиковать его с разных позиций), так и пассивные — в виде усколь-

4. Более ограничительная версия безусловного пособия распространяет его только на *граждан*. Очевидно, что она несправедлива и неправомерна, учитывая количество иностранцев, легально или нелегально *работающих* в развитых странах (собственно, только в них пока вопрос о таком пособии и ставится).

зания от поведения, которое, хотим мы этого или нет, *ожидается* от бенефициаров.

Но что же это за ожидаемое поведение? Представление о нем у теоретиков безусловного пособия одновременно ясное и туманное. Оно должно способствовать развитию частного и вместе с тем, в силу этого, общего блага. Вряд ли предполагается, что бенефициары будут на эти деньги пуще прежнего предаваться наркотикам, табаку, алкоголю или даже просто безвредным, но «излишества́м». Думаю, не искажу мысль сторонников пособия, сказав, что они рассчитывают на социально и индивидуально позитивную отдачу. Но если общество рассчитывает на такой положительный социальный навар, оно должно включить в свой расчет и вероятную реакцию акторов-бенефициаров. Пытаясь угадать ее, нелишне вспомнить о феномене *акрасии* (от греч. *akratia* или *akrateia*), который привлекает человеческую мысль со времен самой древней задокументированной рефлексии⁵. На латинский она — не без семантических потерь и смещений — переводилась словом *incontinentia* («несдержанность») и означала человеческое, слишком-человеческое свойство знать, как нужно (необходимо, морально) действовать — и действовать совсем другим образом. Первая подробная дискуссия об этом феномене была предпринята в платоновском «Протагоре». Пока иные размышляли над тем, *как* возможна акрасия, Сократ с порога отрицал саму ее возможность. Его радикальный рационализм и состоял в отрицании того, что можно поступать вопреки своему знанию о благе и о наилучшем способе действия. Для Сократа, если индивид выбрал *В*, зная, что лучше всего было выбрать *А*, это произошло оттого, что на самом деле он не *знал*, что *А* был наилучшим выбором, то есть не *знал действительно*, заблуждался, полагая, будто знает. Другие мыслители и простые граждане не были такими непреклонными; они признавали, что им случалось быть свидетелями или исполнителями действий, которые можно описать как акратичные.

Споры разгорелись вокруг вопроса о том, какие акты могут считаться акратическими, а какие нет. Некоторые, например, отрицали, что акрасией диктуются мимолетные изменения мнения. Если человек знает, что лучше не воровать, но на короткое мгновение кражи убеждает себя в обратном, это не акратиче-

5. См.: *Akrasia in Greek Philosophy* // C. Bobonich, P. Destrée (eds). Leiden; Boston: Brill, 2007. См. также мою рецензию в: *Логос*. 2011. № 4 (83). С. 193–199.

ский акт. Если же кто-то знает, что есть торт с кремом вредно, и поглощает его, это акратично. Но если перед тарелкой с тортом он говорит себе: «Нет, лучше съесть торт» (по какой бы то ни было причине) — и ест его, а съев, раскаивается и принимает прежнюю позицию, то это поведение не акратическое. Другие же полагают, что это различие не важно, поскольку определенные перемены мнения всегда имеют место, будь то в виде нового кредо или новой стратегии поведения. Третьи отвергают его по другой причине: они не считают, что в таких случаях происходит смена мнения; на их взгляд, индивид продолжает верить в правильность общего правила даже тогда, когда оговаривает себе временное или локальное исключение. Четвертые считают важным установить, каким способом мы устанавливаем факт этого мимолетного внутреннего решения. Одно дело интроспекция (и постериорный отчет о внутренней борьбе и ее итоге), другое — когда человек публично возвещает о перемене своего мнения. В этом, втором, случае важно знать, кто выступает адресатом сообщения и с какой целью оно делается. Действительно, оформляется ли перемена воли в языке или нет, сильно видоизменяет ситуацию. Наконец, некоторые исследователи осложняют анализ, привлекая другие факторы, например вводя различия в смыслах «блага», уточняя, идет ли речь о пользе, об удовольствии и т. д.

Рассмотрим пример, который несколько приблизит нас к сути споров вокруг безусловного пособия. Возьмем индивида, который точно знает, что *лучше* — не курить, и тем не менее курит. Можно предположить, что в момент, когда он берет сигарету, он думает (чувствует, полагает, говорит (себе)), что в данный момент *лучше* покурить, чем не покурить. Сравним два эти употребления «лучше». Означают ли они одно и то же? Что лучше не (или даже: никогда не) курить — здесь трудностей анализа не возникает: это расхожее убеждение, мантра здорового образа жизни, заботы о здоровье и долголетию себя и близких. Соответственно, идея, согласно которой в какой-то момент времени *t* лучше покурить, неизбежно несколько сложнее. Такой выбор может обнаружить бунт против общепринятого, само собой разумеющегося ответа обществу, которое подвергало и/или подвергает нас страданиям, а значит, должно пострадать в свою очередь; речь может идти и о героической, жертвенной позе, о меланхолическом *memento mori*. Как бы то ни было, речь в любом случае идет о ясном выражении свободы, о том, как она отвергает подчинение причинности, здравому смыслу и пользе.

Современное общество, если можно так выразиться, *деэтизирует* проблему акрасии, ежедневно принуждая нас к тысячам маленьких акратических поступков. Упомянем самое банальное — потребление. Многие из нас считают за благо ему сопротивляться (по крайней мере в его рекламно-компульсивной форме), но многие — осознанно или нет — ему поддаются. В целом все больше и чаще общество навязывает нам — по определению социально одобренные — модели поведения, многими членами общества, однако, отторгаемые. Независимость от этих моделей, не говоря о настоящем сопротивлении им, требует определенной субверсивной энергии и даже мужества.

К этому следует добавить, что сложность современной жизни умножила сами критерии блага, в результате чего «наилучший способ поведения» оказывается результатом сложнейшего выбора и изощренной эквилибристики между самыми разнообразными сортами блага: психическим, моральным, гедонистическим, эгоистическим, альтруистическим, прагматическим, экологическим, идентитарным, мультикультурным и т.д. без конца. Если по ходу дела мы меняем критерий и решаем на какое-то время преследовать другую цель и другое благо, можно ли считать это действие акратичным?

В ходе дискуссий о безусловном пособии обнаруживается, что его рассматривают не как простую дополнительную меру некоторого улучшения современной социоэкономической ситуации, но как способ выйти из *отношений найма*, а значит, из классического капитализма как такового. Выйти *куда*? В сферу незаинтересованного, а потому морального действия? Не будет ли это означать, что давление капиталистическое сменится грузом моральным?

В западных дискуссиях о пособии (например, в специальном номере журнала *Multitudes*⁶) сталкиваются друг с другом две логики: одна ставит во главу угла развитие человека, его расцвет и — наконец-то совершенно свободную — самореализацию; для другой важнее любой ценой предотвратить превращение человека в «самопредприятие» (*self-enterprise*). Эта вторая логика идет рука об руку с безусловным характером пособия. В частности, ставится цель всячески избегать той ситуации, когда бенефициар пособия предпринимает что-либо (например, приобретает новый навык) *для, ввиду, с целью* или даже *в горизонте*

6. Multitudes. Hiver 2007. № 27: Bioéconomie, biopolitique et biorevenu: questions ouvertes sur le revenu garanti/A. Corsani (ed.).

какого бы то ни было трудоустройства, профессионального роста, подъема по карьерной лестнице, ведь таким образом он лишь усугубляет изначальное рабство. Раз это делается *для* какой-то цели, значит, речь уже не может идти о свободной деятельности, и пособие теряет свой смысл. Раз это *для*, то доверие подорвано и договор нарушен. Но разве в самом императиве не предпринимать никаких целеполагающих действий не содержится — имплицитно или, точнее, *ex negativo* — условия, как раз и противоречащие заявленной безусловности?

Даром что данный человек реализовался, преуспел, достиг удовлетворения или даже счастья в рамках капиталистического общества — теоретики безусловного пособия объявляют все достигнутое недействительным (ведь оно наверняка зиждется на разделении, отчуждении, эксплуатации, неравенстве и пр.) и намерены вырвать человека из капиталистических отношений, чтобы повести его к уже подлинному раю⁷. Даром что человек стремится к своему социально обусловленному и ограниченному земному счастью (например, потому что считает, что другого нет и не будет), интеллектуалы толкают его к счастью метафизическому или, скорее, метасоциальному. Что мешало теоретикам пособия в самопредпринимательской модели — вполне понятно. Но какие иные формы автономия индивида способна принять, кроме тех, которые в принципе *могут* увеличить его профессиональную и человеческую квалификацию? Если же мы задаем самодеятельность человека только апофатически, через отрицание самонаименования капитализации, не рискуем ли мы превратить эту деятельность в непроницаемую и непостижимую вещь-в-себе? Ведь даже если представить здесь не какую-то деятельность или приобретение знаний и умений (это слишком чревато капитализацией!), а какие-то формы досуга, близкие к абсолютной *трате*, то и в них не должно быть ничего от *рекреации*, справедливо подозреваемой в подготовке рабочей силы к возвращению — о, ужас! — в производственный цикл.

Хотелось бы ошибиться, но представляется, что теоретики безусловного пособия, и Андре Горц прежде всего, остаются парадоксальными узниками системы, которую хотят разрушить.

7. Ср. с названием книги Андре Горца: Gorz A. Les chemins du paradis: l'agonie du capital. P.: Galilée, 1983. В английском переводе подзаголовок был характерно изменен: Paths to Paradise. On the Liberation from Work.

Они провозглашают безусловность, ставя при этом вполне определенное условие: практика или ментальность, в которые вписывается пособие, не должны иметь и намека на капиталистический характер. Его использование может быть каким угодно, только не капитализируемым, полезным, или товарным. Самореализация индивида должна осуществляться в пространстве абсолютно чистом (читай: утопическом, бесплотном, нереальном). Она никоим образом не должна быть уподобляема труду как полюсу биннома капитал/труд. Но поднимать эту идею на щит равносильно требованию перенестись во вневременье и внепространство, а конкретно — означает забыть, что труд (пусть и *к сожалению*) еще отнюдь не исчерпал своего освободительного потенциала. Он по-прежнему необходим — не только как средство выживания, но и как «поставщик смысла» для огромного большинства индивидов.

Конечно, на это нужно смотреть в исторической перспективе. Несомненно, что доля рабочего времени в общем календаре социальных времен стираются, границы между трудом и досугом сокращаются, инициатива все больше вытесняет простую исполнительность и т.п. Но было бы слишком оптимистичным полагать, что тенденция однозначно направлена в этом — желанном — направлении. Скорее, есть все признаки того, что развитие «цивилизации досуга» отнимает у (средне(статистического) человека те зачатки способности к самоопределению, которые он только-только начал обретать. Порождены ли депрессии, связанные с безработицей, лишь финансовой прекарностью? Конечно, нет. Безработица по-прежнему переживается индивидом как доказательство его бесполезности, несостоятельности, как симптом не только денежной, но и социальной и человеческой «неплатежеспособности». Безработные, которые вместе с *working poor* составляют прицельную аудиторию пособия, не могут не воспринимать его как лишь финансовое (а поэтому недостаточное) возмещение.

Что им делать с этим утешением? Напрасно законодатель объявит, что не ставит для получения пособия никаких условий, что специально и намеренно *не* интересуется тем, как индивид им распорядится, — последний не сможет не задуматься об этих условиях, и мы вслед за ним. Серьезная проблема, на наш взгляд, заключается в том, чего человеку хотеть начиная с того момента, когда он получает безусловное пособие, которое представляет собой совокупный социальный проект, предполагающий *ответственное* (в строгом смысле слова) поведение ин-

дивида. Безусловность здесь поэтому лишь кажущаяся: никто, и теоретики пособия меньше прочих, не может утверждать, что у него нет цели. Эта цель — глобальная, социальная, далекая, как ее ни формулируй, как «счастье для максимального большого числа людей» или «благосостояние всех» — не может не отобразиться на индивидуальном уровне в виде счастья или телесного, психического благосостояния индивида. Это *бытие* (счастливым) не может не отозваться в *делании* чего-либо. И очевидно, что только один тип действия предполагается в этой перспективе как желаемый, позитивный, конструктивный и т.п.

Но современный, или, скажем, постнищеанский, человек часто склонен действовать против того общего проекта, который ему предлагают в качестве позитивного. Этот акратический бунт части против целого, это имманентное свободе противоречие развернется и в случае введения пособия, поскольку оно задумано, чтобы сделать возможным свободное развитие всех. А раз речь идет о самой его основе, не будет абсурдным предположить, что эта свобода захочет осуществиться в действиях по природе своей акратических: акт не может быть одновременно свободным и абсолютно позитивным (конструктивным, полезным, оптимальным и т.д.) всякий раз.

Для читателей Достоевского все это звучит как трюизм. Герой «Записок из подполья» признается:

Ведь я, например, нисколько не удивлюсь, если вдруг ни с того ни с сего среди всеобщего будущего благоразумия возникнет какой-нибудь джентльмен с неблагородной или, лучше сказать, с ретроградной и насмешливою физиономией, упрет руки в боки и скажет нам всем: «А что, господа, не столкнуть ли нам все это благоразумие с одного разу, ногой, прахом единственно с тою целью, чтоб все эти логарифмы отправились к черту и чтоб нам опять по своей глупой воле пожить?» Это бы еще ничего, но обидно то, что ведь непременно последователей найдет: так человек устроен⁸.

Как и от персонажа, восставшего против диктатуры разума, от бенефициаров пособия можно ожидать, что глупая воля станет подзуживать их испытать границы условий новой диктатуры бесконечной свободы, которая будет им предложена.

В труде практически по определению содержится нечто принудительное. Но нужно ли нам обязательно быть поклонниками

8. Достоевский Ф. М. Собр. соч.: В 15 т. Л.: Наука, 1989. Т. 4. С. 469.

УЛИПО⁹, чтобы восхвалять благотворное воздействие «принуждения» (*contrainte*)? Можно ли чистосердечно отрицать подлинно антропогенную, антропопоизитическую роль *упражнения*?¹⁰ Если медицина и психология труда сообщают нам о новых и меняющихся патологиях, обусловленных трудом, то не следует ли предусмотреть возможность появления определенных патологий, вызванных той самой свободой, которая исключает любые формы принуждения? Миленький и маленький современный стресс в преддверии отпуска и выходных, от которых *надо* урвать все, покажется детской забавой по сравнению с новыми фрустрациями, которые может таить в себе завтрашнее безусловное пособие. Некоторые теоретики апеллируют к «праву на счастье», забывая, что собираются давать его в обмен на последнее алиби за жизненную неудачу, ибо тот, кто окажется неспособным конвертировать пособие в счастье, станет уже полным и патентованным ничтожеством.

Вернемся к двум значениям слова «лучше». Моральный призыв «Лучше использовать пособие позитивно» предполагает своего акратического антипода «Лучше пожить по своей глупой воле», то есть «столкнуть благоразумие к черту» и растратить пособие бесполезно и негативно. Как и с курением, любой согласится, что первое «лучше» лучше, но вместе с тем второе — богаче, интереснее и куда полнее отвечает императиву повиноваться одной только свободе, предпочесть ее любой другой цели.

В конечном счете я боюсь, как бы пособие не оказалось испытанием, из которого большинство населения выйдет с аттестатом незрелости. Его введение не сможет стать плодотворным без долгого усилия по социальной педагогике, которое совершенно не входит в горизонт современных элит. Конечно, брюзжать по поводу такого красивого и щедрого социального проекта очень неловко. Я знаю, что *лучше* его поддержать, но акратический демон нашептывает, что бывает *еще лучше*.

9. Акроним от фр. *Ouvroir de littérature potentielle* («Цех потенциальной литературы») — группа интеллектуалов, литераторов и математиков (Реймон Кено, Итало Кальвино, Жорж Перек, Жак Рубо, Франсуа Ле Лионэ и многие другие), которые построили свою деятельность вокруг изучения существующих и создания новых формальных требований (*contraintes*) к художественному тексту, выявляя плодотворность ограничения и принуждения.

10. Его роль не так давно прослежена исторически и проанализирована теоретически в книге: Sloterdijk P. Du mußt dein Leben ändern. Über Anthropotechnik. Suhrkamp, 2009. См. также мою рецензию: Маяцкий М. Европа и ее мыслительная мускулатура // Логос. 2012. № 4 (88). С. 109–120.

Литература

- Akrasia in Greek Philosophy // C. Bobonich, P. Destree (eds). Leiden; Boston: Brill, 2007.
- Arguing for basic income: ethical foundations for a radical reform / Ph. Van Parijs (ed.). L.; N.Y.: Verso, 1992.
- BIEN Suisse. Le financement d'un revenu de base inconditionnel. Zurich: Seismo, 2010.
- Bresson Y. Le revenu d'existence ou la métamorphose de l'être social. P.: L'esprit frappeur, 2000.
- Ferry J.-M. L'allocation universelle: pour un revenu de citoyenneté. P.: Cerf, 1995.
- Gorz A. Les chemins du paradis: l'agonie du capital. P.: Galilée, 1983.
- Gorz A. Pourquoi la société salariale a besoin de nouveaux valets // Gorz A. Bâtir la civilisation du temps libre. P.: Les liens qui libèrent; Monde diplomatique, 2013.
- Graeber D. On the Phenomenon of Bullshit Jobs // Strike! Magazine. 17.08.2013. Режим доступа: <http://strikemag.org/bullshit-jobs/>.
- Müller Ch., Straub D. Die Befreiung der Schweiz: über das bedingungslose Grundeinkommen. Zürich: Limmat, 2012.
- Multitudes. Hiver 2007. № 27: Bioéconomie, biopolitique et biorevenu: questions ouvertes sur le revenu garanti / A. Corsani (ed.).
- Raventós D. Basic income: the material conditions of freedom. L.; Ann Arbor, MI: Pluto Press, 2007.
- Sloterdijk P. Du mußt dein Leben ändern. Über Anthropotechnik. Suhrkamp, 2009.
- Van Parijs Ph. Peut-on justifier une allocation universelle? Une relecture de quelques théories de la justice économique // Futuribles. Juin 1990. № 144. P. 29–42.
- Vanderborght Y., Van Parijs Ph. L'allocation universelle. P.: La Découverte, 2005.
- Vers un revenu inconditionnel? / A. Caillé (éd.). P.: La Découverte, 1996 (La revue du MAUSS. 1996. № 7).
- Достоевский Ф. М. Записки из Мертвого дома // Собр. соч.: В 15 т. Л.: Наука, 1989. Т. 4. С. 469.
- Дрешер Й. и др. Идея освобождающего безусловного основного дохода. Киев: Центр А. В.С., 2007.
- Маяцкий М. Akrasia in Greek Philosophy // Логос. 2011. № 4 (83). С. 193–199.
- Маяцкий М. Европа и ее мыслительная мускулатура // Логос. 2012. № 4 (88). С. 109–120.

Liberation from Work, Unconditional Income and Foolish Will

Michail Maiatsky. PhD in Philosophy, Research Fellow at the University of Lausanne and the School of Philosophy of the Faculty of Humanities of the National Research University—Higher School of Economics.
Address: 21/4 Staraya Basmannaya Str., 105066 Moscow, Russia.
E-mail: mmaiatsky@gmail.com.

Keywords: akrasia; unconditional existential income; unemployment; labor/work; free activity.

The article approaches the issue of the Unconditional Basic Income) from the

point of view of the phenomenon of *akrasia* (or *incontinentia* in the Latin translation). Since at least the time of the Sophists, akrasia has attracted great attention from moral thinkers. We are dealing with an akratic behaviour when one knows of the fact that one particular action is preferable in a certain situation, and nevertheless one undertakes the opposite (or simply an alternative) action. Since antiquity, this situation has changed; e. g. the *good* is now understood in a greater variety of ways. In this article, the author tries to question the socio-psychologically. How would a beneficiary conceive of

this particular form of income? How would (s)he interpret the expectations of society in compensation for it?

There are two essential theoretical versions of the: 1) something *positive* and *constructive* will be explicitly expected; 2) *nothing* will be expected, and the *unconditional* character will be stressed: the is neither a reward, nor an advance payment for future work or for readiness to accept any work. In the first

case, the temptation of an akratic reaction will be great. In the second case, there is one condition that makes the whole thing look like a utopia—that is, the condition that your activity should not be based on the expectation or goal of a salary (André Gorz). The author supposes that for millions of people, work is still a “source of meaning.” An abrupt transition from “work” to “activity” could result simply in a confirmation of their immaturity.

References

- BIEN Suisse. *Le financement d'un revenu de base inconditionnel*, Zurich, Seismo, 2010.
- Bobonich C., Destrée P., eds. *Akrasia in Greek Philosophy*, Leiden, Boston, Brill, 2007.
- Bresson Y. *Le revenu d'existence ou la métamorphose de l'être social*, Paris, L'esprit frappeur, 2000.
- Dostoyevsky F. M. *Zapiski iz Mertvogo doma* [Notes from the Dead House]. *Sobr. soch.*: V 15 t. T. 4 [Collected Works: In 15 vols. Vol. 4], Leningrad, Nauka, 1989.
- Drescher J., et al. *Ideia osvobodzhdaiushchego bezuslovnogo osnovnogo dokhoda* [Die Idee eines Emanzipatorischen Bedingungslosen Grundeinkommens], Kiev, Tsentr A. B.C., 2007.
- Ferry J.-M. *L'allocation universelle: pour un revenu de citoyeneté*, Paris, Cerf, 1995.
- Ferry J.-M. *Vers un revenu inconditionnel?* Paris, La Découverte, 1996.
- Gorz A. *Les chemins du paradis: l'agonie du capital*, Paris, Galilée, 1983.
- Gorz A. *Pourquoi la société salariale a besoin de nouveaux valets. Bâtir la civilisation du temps libre*, Paris, Les liens qui libèrent, Monde diplomatique, 2013.
- Graeber D. On the Phenomenon of Bullshit Jobs. *Strike! Magazine*, August 17, 2013. Available at: <http://strike-mag.org/bullshit-jobs/>.
- Maiatsky M. *Akrasia in Greek Philosophy*. *Logos. Filosofsko-literaturnyi zhurnal* [Logos. Philosophical and Literary Journal], 2011, no. 4 (83), pp. 193–199.
- Maiatsky M. *Evropa i ee myslitel'naia muskulatura* [Europe and Its Intellectual Musculature]. *Logos. Filosofsko-literaturnyi zhurnal* [Logos. Philosophical and Literary Journal], 2012, no. 4 (88), pp. 109–120.
- Müller Ch., Straub D. *Die Befreiung der Schweiz: über das bedingungslose Grundeinkommen*, Zürich, Limmat, 2012.
- Multitudes*, Hiver 2007, no. 27: “Bioéconomie, biopolitique et biorevenu: questions ouvertes sur le revenu garanti” (ed. A. Corsani).
- Raventós D. *Basic Income: the Material Conditions of Freedom*, London, Ann Arbor, MI, Pluto Press, 2007.
- Sloterdijk P. *Du mußt dein Leben ändern. Über Anthropotechnik*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 2009.
- Van Parijs Ph., ed. *Arguing for Basic Income: Ethical Foundations for a Radical Reform*, London, New York, Verso, 1992.
- Van Parijs Ph. *Peut-on justifier une allocation universelle? Une relecture de quelques théories de la justice économique*. *Futuribles*, Juin 1990, no. 144, pp. 29–42.
- Vanderborght Y., Van Parijs Ph. *L'allocation universelle*, Paris, La Découverte, 2005.

Фабрика досуга:
производство
в цифровой век Паяль Арора

Перевод с английского
Марины Бендет.
Публикуется с любезного
разрешения автора.

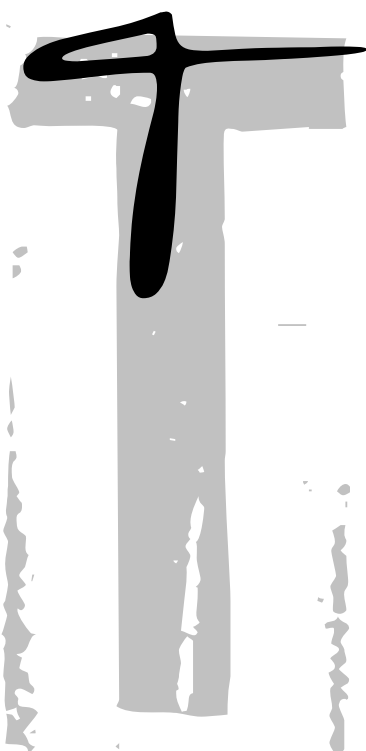
Доктор лингвистики, литературоведения
и технологий, доцент отделения средств
массовой информации и коммуникации фа-
культета истории, культуры и коммуникации
Университета Эразмус.

Адрес: PO Box 1738, 3000 DR Rotterdam,
Netherlands.

E-mail: arora@eshcc.eur.nl.

Ключевые слова: когнитивный труд; досуг;
технологии; сетевое сотрудничество.

Статья посвящена изменениям в эпоху ци-
фрового и в целом когнитивного производ-
ства отношений между трудом и досугом



Труд ограничивает человека,
а игра снимает любые ограничения.
Мы то и дело возвращаемся к этой
расхожей мудрости по мере того,
как меняется наше видение перво-
го и второй. Любое общество раз-
вивается сообразно конкретным
воззрениям на собственное устрой-
ство, а в его основе непременно ле-
жат неразрывно связанные друг
с другом структуры труда и до-
суга. К примеру, сегодня рабо-
чие пространства переживают ра-
дикальные изменения, связанные
с эволюцией представления рабо-
тодателей о том, что такое произ-
водительность. В условиях совре-
менной, одержимой инновациями
экономики здравый смысл подска-
зывает многим компаниям, что для

в контексте переосмысления производительности труда. В частности, в современной инновационной экономике складывается новая корпоративная культура, чувствительная к благополучию работников, причем эти перемены касаются не только западного мира.

Давно прошли те времена, когда к досугу относились как к сфере греховной праздности. С концом индустриальной эпохи заканчивается и четкое разделение и противопоставление труда и досуга. Некоторые компании осознанно вводят элементы досуга в само производственное пространство: скверы с гамаками, бильярдные столы, волейбольные поля, комнаты для видеоигр, фортепиано, столы для пинг-понга и залы для йоги становятся характерной чертой этих новых условий труда.

Игровые мотивы можно обнаружить в дизайне офисных помещений. Многие специалисты по современной орга-

низации труда сходятся на том, что чем менее контролирующим будет рабочее пространство, тем вероятнее появление новых идей и повышение производительности. Офис вообще перестает быть основным местом работы: интервью показывают, что для серьезной творческой работы лишь меньшинство сотрудников выбирает офис, остальные же голосуют за дом, парк, кафе. Переосмысление пространства труда не ограничивается материальной сферой. Сначала пользование работниками социальными медиа, блогосферы осуждалось, теперь поощряется. Оно рассматривается как толчок к реструктуризации всей экономики в сторону ориентации на работника и клиента. Но социальные сети становятся и новым полем борьбы за свободу, так как фирмы пытаются захватить их и поставить себе на службу.

привлечения талантливых сотрудников необходима новая корпоративная культура, заинтересованная во всестороннем благополучии работников. Некоторые компании концентрируются на конкретном месте, позволяющем взрастить такие таланты, — на «офисе». На смену типовой унылой кабинетной инфраструктуре приходит иная рабочая атмосфера.

Отличительной чертой нового трудового ландшафта становятся бильярдные столы, волейбольные площадки, залы для видеоигр, пианино, столы для пинг-понга и помещения для занятий йогой¹. Велосипеды, скутеры и скейты обеспечивают мобильность сотрудников. Игра определяет оформление и обстановку приемной и зала заседаний совета директоров. На смену отдельным компаниям приходят корпоративные системы, размещающиеся на парковых территориях, подобных университетским кампусам². Переход от кабинета к гамаку означает изменение существую-

1. *Kjerulf A.* Happy hour is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work // *Jyllands-Posten*. 2007. № 35.
2. *Daskalaki M., Starab A., Imasa M.* The «Parkour Organisation»: Inhabitation of Corporate Spaces // *Culture and Organization*. 2008. Vol. 14. № 1.

щего у ведущих предприятий представления о том, как на сегодняшнем деловом рынке выглядит пространство производства. Поэтому неудивительно, что лидеры творческой и электронной промышленности — *Pixar*, *Apple* или *Google* — приняли решение о переоформлении своих корпоративных офисов таким образом, чтобы они напоминали игровое пространство³. Их профессия — инновации, а потому чем менее упорядоченной, ограничивающей и пространственно предсказуемой будет рабочая атмосфера, тем скорее она станет способствовать развитию новых идей и росту производительности. Подобным корпоративным пространствам близок дух общественного парка, а не офиса; они моделируют место, более или менее свободное от традиционной деловой рутины, институционального давления и приказной системы.

В географическом плане новые трудовые пространства не ограничены западным миром. На протяжении последнего десятилетия мы наблюдали резкий рост развивающихся рынков, которые все реже воспринимаются как производственные цеха или подсобные помещения и все чаще выступают драйверами современной глобальной экономики⁴. Они выходят в мир инновационного бизнеса, привлекая все более многонациональный, межкультурный и диаспорный штат сотрудников. Подтверждение этому мы видим в амбициозных проектах фирменного стиля рабочего пространства, таких как кампус *Infosys* в индийском Майсуре (зеленый оазис для сотрудников компании) или роскошная территория *Huawei Technologies* в Шанхае (пышный и богатый водоемами ландшафт, «отражающий суть энергичной корпоративной идентичности и объединяющий природу и рабочие зоны»). Большинство подобных компаний входят в состав крупных производственных, научных или технологических парков. Подобная концентрация профессионального опыта и знаний способствует развитию территории, на которой эти компании расположены⁵.

Внимание к организации пространства досуга, однако, характерно не только для нишевых производителей. Оно все чаще проявляется и в частном бизнесе, в том числе в компаниях, заня-

3. Chang J. Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy // *Metropolis Magazine*. 19.06.2006. URL: <http://www.metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
4. Vaidyanathan G. Technology Parks in a Developing Country: The case of India // *Journal of Technology Transfer*. 2008. Vol. 33. Iss. 3. P. 285–299.
5. Goldstein H. A., Luger M. I. Science/Technology Parks and Regional Development Theory // *Economic Development Quarterly*. 1990. № 4 (1).

тых производством электронной медицинской документации. Прекрасный пример — компания *Epic Systems*, расположенная на 800 акрах бывших сельскохозяйственных угодий неподалеку от города Мэдисон, штат Висконсин. Она поставляет системы выпуска электронных медицинских карт таким крупным учреждениям здравоохранения, как медицинский центр Седарс-Синай в Лос-Анджелесе, Кливлендская клиника или больница Джонса Хопкинса в Балтиморе. Посетителей рабочей зоны компании неизменно поражает экстравагантная и вольная атмосфера, созданная благодаря своеобразной архитектуре корпоративного пространства:

Работа по переводу целой страны с бумажных медицинских карт на электронные — серьезное дело. Вот почему первое знакомство с кампусом *Epic Systems* вызывает изумление. Шалаш на дереве в качестве места проведения собраний? Спиральная горка высотой с двухэтажный дом как место для отдыха? И к чему здесь огромная статуя Кота в шляпе? Пусть эти причудливые детали не вводят вас в заблуждение⁶.

Стимулом для оформления этой рабочей зоны в стиле игрового пространства стало стремление «привлечь программистов, которые иначе устроились бы на работу в *Google*, *Microsoft* или *Facebook*». Теперь мы видим, каким именно образом производительность, творческая деятельность и инновации связаны с порождающей их средой.

Новый гуру в мире технологий и соавтор книги *Rework*⁷ Джейсон Фрид рассуждает о новых способах концептуализации труда и творчества. Он критикует неприкосновенность офисного пространства и говорит о его бесполезности в обществе, стремящемся к формированию творческого капитала. В первое десятилетие существования социальных сетей корпорации опасались (а многие до сих пор опасаются) проникновения досуга в рабочее пространство. Реакция корпораций на сложившуюся ситуацию проявлялась в бесконечном разбирательстве по поводу микронарушений. Фрид полагает, что корпорации были введены в глубокое заблуждение:

Facebook и *Twitter* — не главная проблема офиса. Главной проблемой я бы назвал собрания и руководящих работников.

6. *Freudenheim M.* Digitizing Health Records, Before It Was Cool//New York Times. 14.01.2012. URL: <http://www.nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.

7. См.: *Fried J., Hansson D. H.* Rework. N.Y.: Crown Business, 2010.

Он полагает, что деловые круги упускают главное. Им следует сконцентрироваться на новом оформлении корпоративного пространства: сегодня из-за принятой в нем монотонной структуры ведения дел оно негативно влияет на производительность труда. Исследования, включавшие множество интервью с профессионалами в сфере бизнеса, показали, что большинство людей выполняет свою работу вне офиса:

Компании тратят миллиарды на аренду, офисные помещения и оборудование, стремясь создать для своих сотрудников идеальное рабочее пространство. Однако спросите, куда человек идет, если ему действительно нужно серьезно поработать. Лишь немногие ответят: «В офис...» Я не виню людей за то, что они не хотят работать в офисе. Я виню лишь офис.

Десять лет назад единственной рефлексивной реакцией корпораций на проникновение социальных сетей в пространство труда было судебное преследование сотрудников, критиковавших в интернете свою работу. В газетах постоянно мелькали заголовки, что та или иная компания подала на своих работников в суд за нелестные комментарии в *Facebook* или *Twitter*. Сегодня же корпорации осознали влияние подобных разбирательств на формирование общественного мнения и даже начали понимать, что при стратегически верном использовании подобные онлайн-пространства досуга могут приносить пользу. Огромные корпорации типа *Microsoft* прежде клеймили социальные сети, сегодня же *Microsoft* с энтузиазмом размещает на своем сайте более тысячи корпоративных блогов, где сотрудники могут выразить мнение о чем угодно, начиная от астрологического прогноза и заканчивая программированием на C++⁸.

Корпоративный вице-президент *Microsoft* Санджей Партхасарати выражает общее мнение руководства компании:

Мы считаем, что блоги обладают огромным потенциалом. Благодаря им мы, сотрудники компании, получаем лучшее представление о пути развития ключевых технологий.

Блоги *Microsoft* пользуются такой популярностью, что компания создала информационную интернет-службу, помогающую в поиске различных блогов и их создателей. Другие компании, та-

8. Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform // Harvard Journal of Law and Technology. 2007. Vol. 20. № 2.

кие как *American Airlines*, с помощью блогов обеспечивают своим сотрудникам больший доступ к руководящим работникам. В *IBM* сотрудники из 30 разных стран мира обсуждают в блогах проекты разработки программного обеспечения и стратегии ведения бизнеса. Торговая сеть *Hot Topic*, насчитывающая 690 магазинов, недавно запустила внутреннюю социальную сеть, где работники могут обмениваться данными и идеями.

Мы видим, как предприятия расширяют свое виртуальное присутствие на сайтах, первоначально предназначенных для онлайн-общения и досуговых целей: здесь мы имеем в виду *Blogger*, *Twitter* и *Facebook*⁹. Как мы сказали, существует также тенденция к созданию закрытых онлайн-сообществ для сотрудников, позволяющих компаниям пристально отслеживать элементы таких пространств и структурировать их сообразно конкретным целям. Подобная система воспринимается как переход от принятой в частных компаниях нисходящей иерархии к культуре, дающей работникам большую самостоятельность и в большей мере ориентированной на клиента. Кроме того, сети типа *LinkedIn* призваны облегчать формирование связей и сотрудничество между работниками и целыми компаниями. В их основе лежит предположение, что подобный обмен идеями и кадрами создаст в деловой сфере новые способы мышления и поведения¹⁰. Примечательно, что *LinkedIn* с годами претерпел изменения и сегодня напоминает скорее ориентированную на досуг социальную сеть, чем утилитарное пространство для завязывания рабочих отношений.

Рост масштабов сетевого взаимодействия добавляет труду новое измерение, в котором люди из разных стран могут работать над одним проектом и получать зарплату, соответствующую их креативным инвестициям¹¹. Подобная ситуация ставит перед проектированием рабочих пространств новую задачу: сегодня они должны быть приспособлены к нуждам самых разных представителей глобального рынка труда, работающих в них лишь временно, от случая к случаю. Кроме того, новым ключевым словом для рабочих ландшафтов стала «геймификация». Внедрение динамики игры в культуру труда призвано увеличить вовлеченность сотрудников в работу и повысить эффективность решения проблем.

9. Hermann C. Laboring in the network//Capitalism Nature Socialism. 2006. Vol. 17. №1.

10. Guerrier Y., Adib A. Work at leisure and leisure at work: A Study of the emotional labour of tour reps//Human Relations. 2003. Vol. 56. №11.

11. Howe J. The Rise of Crowdsourcing//Wired Magazine. June 2006. №14.06. URL: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.

В этой статье мы одновременно преследуем несколько целей — исследуем изменения корпоративного пространства и корпоративной культуры. Мы рассмотрим вопрос о захвате социальных сетей представителями частных компаний. В частности, обратимся к социальным сетям, чтобы выявить взаимосвязь между структурированием рабочего и игрового пространств как в виртуальном, так и в материальном мире. Это крайне важно для формирования представления о роли, которую досуговая зона играет в деле поощрения производительности, новаторства и творчества на рабочем месте. Мы проследим, как деловое пространство распространяется на пространство социальных сетей и влияет на него, в то время как оба они стремятся реструктурировать область труда и досуга, сделать ее более инновационной и удовлетворяющей потребности сотрудников. Статья помещает эту тенденцию в исторический контекст, исследуя, как пространство досуга постепенно обрело законный статус зоны, способствующей росту производительности. Это исследование обращается к мобильности как одной из важных черт новой рабочей среды. Иными словами, наша статья изучает возникшую в XXI веке виртуальную и материальную архитектуру делового пространства и то, каким образом эта архитектура связана с изменением представлений разных трудовых культур о труде, досуге и инновациях.

Размывание границ рабочей и досуговой зон

Начало борьбы за досуг в рабочем пространстве

Прежде чем заслужить доверие, досуг был вынужден преодолеть множество препятствий. Пуританское представление о том, что «досуг есть грех», утратило свои позиции в эпоху развития промышленности во второй половине XVIII века. На смену утилитарному лозунгу «Ленивый ум есть мастерская Сатаны» пришла известная поговорка: «Умей дело делать — умей и позабавиться». Этот поворот стал революционным для человечества, однако за него пришлось побороться. Известный историк Рой Розенцвейг, автор знаменитой книги «Восемь часов на то, чего мы сами пожелаем»¹², четко связал трудную борьбу, которую рабочее движение вело за восьмичасовой рабочий день, с после-

12. См.: *Rosenzweig R. Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920.* N.Y.: Cambridge University Press, 1983.

дующим появлением все большего количества городских досуговых пространств, таких как общественные парки:

2 декабря 1889 года сотни членов профсоюза прошли по улицам Вустера, демонстрируя свою силу и решимость. «Восемь часов на работу, восемь часов на отдых и восемь часов на то, чего мы сами пожелаем», — гласил лозунг, который несли местные плотники... Реальное стремление получить в свое распоряжение «восемь часов на то, чего мы сами пожелаем», стало важной составляющей борьбы рабочего класса за улучшение условий труда, шедшей в конце XIX и начале XX века. Так, в 1883 году перед Комитетом по связям между наемными рабочими и капиталистами сената США выступил наборщик, сказавший следующие слова: «В этой стране рабочему человеку нужно что-то помимо еды и одежды... ему нужен отдых. Почему рабочий не может отдыхать, как все остальные?» В промышленных городах по всей Америке рабочие боролись не только за право на время и пространство для досуга, но также за право самостоятельно решать, когда и где они будут этим досугом наслаждаться.

Вне всяких сомнений, рабочее движение способствовало изменению представлений о культуре труда и о его связи с досугом. В то же время руководящие работники вынуждены были признать, что досуг и общественная жизнь оказывают положительное влияние на производительность. В конце концов досуг занял свое законное место в жизни рабочего класса.

Вместе с тем досуг понимался как то, что не является трудом, или как то, что связано с трудом либо представляет собой его результат. Иными словами, предполагалось, что либо досуг служит труду, либо труд производит досуг, однако

...они не должны были пересекаться: досуг и труд являлись собой как бы две стороны щита — и обе эти стороны защищали человека. Труд давал человеку возможность жить; досуг делал жизнь приятной¹³.

Подобное представление уходит корнями в глубокое прошлое и связано с замечанием Аристотеля о связи между этими двумя сферами — о том, что «мы трудимся, чтобы отдыхать»¹⁴. При формировании представлений об этих двух мирах были сформулированы четкие дихотомии: труд есть необходимость, служа-

13. Woody T. Leisure in the Light of History // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1957. Vol. 313. № 1.

14. Rosenzweig R. *Op. cit.* P. 31.

щая практическим целям, тогда как досуг есть роскошь, право на которую человек зарабатывает через труд. Расцвету промышленно развитых стран сопутствовала все более масштабная забота о досуге. От типичной для феодальных времен мысли «труд для большинства, досуг для меньшинства» человечество в современную эпоху перешло к новым идеям о массификации и демократизации досуга. Основываясь на распространенных в середине 1900-х годов представлениях об избыточности и компенсации как основе связи между трудом и досугом, Кеннет Робертс в своей книге «Досуг в современном обществе» делает следующие выводы:

Были определены два главных типа взаимосвязи между трудом и досугом... Первым стала избыточность, при которой рабочие отношения, интересы, общественные и технические навыки распространялись на сферу досуга. Типичным примером такой взаимосвязи стали конторские служащие, использовавшие свои профессиональные навыки для создания добровольных объединений. Менее привлекательным примером избыточности явились рабочие, занятые монотонной, рутинной, отупляющей работой: их ум оказался столь ограниченным, что им достаточно было проводить большую часть своего свободного времени за пассивными развлечениями. Вторым типом взаимосвязи между трудом и досугом стала компенсация: она означала, что человек использует свободное время, чтобы получить опыт, который не может приобрести на работе. Частым примером такой взаимосвязи становились прикованные к кабинетному столу руководящие работники, занимавшиеся спортом по вечерам и в выходные. Другим примером были люди, не имевшие возможности проявить инициативу на работе и использовавшие досуг для настойчивой демонстрации собственной самостоятельности¹⁵.

Если подобная схема представляется устаревшей, прежде всего, для богатых стран, экономика которых опирается на сферу услуг, она вполне применима к молодым трудовым ресурсам и развивающимся рынкам, таким как Китай или Индия. Последняя вскоре выйдет на пятое место в мире по количеству трудоспособного населения, занятого монотонной и однообразной работой в промышленности. Таким образом, если границы между досугом и трудом все еще остаются достаточно четкими, то ме-

15. Roberts K. *Leisure in Contemporary Society*. Wallingford, UK: CAB International, 1999. P. 57.

няется сама роль, которую эти занятия играют в жизни людей. Сегодня досуг продолжает проникать в самые разные виды деятельности и социальные пространства, тогда как труд остается замкнутым в своих неприкосновенных пределах.

К примеру, в период с 1890 по 1940 год масштабы досуга в Америке росли экспоненциально — даже в период Великой депрессии, в 1920-е и 1930-е годы. Это весьма интересное открытие, ведь согласно общепринятому представлению (здесь Ричард Флорида сходитсся с Торстейном Вебленом) досуг связан с экономической стабильностью, и высшие слои общества должны иметь к нему более широкий доступ. Эти представления, безусловно, верны, однако являются лишь частью более крупной матрицы, описывающей связь между трудом и досугом. Изучая различные культуры и ситуации, мы обнаруживаем, что, несмотря на незавидное финансовое положение, бедные сообщества отыскивают возможности для организации досуга, который обеспечивает поддержку их культурному и общественному капиталу.

Однако сегодня политика стран третьего мира опирается на устаревшие представления о соотношении труда и досуга для бедных слоев населения. Многочисленные планы по обеспечению бедного населения доступом к цифровым технологиям предполагают, что оно будет использовать новые медиапространства для практических, трудовых целей¹⁶. Были созданы схемы, предоставляющие фермерам возможность проверять через интернет цены на продукцию, дающие женщинам доступ к информации о медицинском обслуживании, а молодежи — шанс найти работу. Однако вопреки ожиданиям бедное население стран третьего мира применяет новые средства коммуникации примерно так же, как и типичные жители экономически развитых стран. Бедные слои используют интернет-платформы в первую очередь для социализации, игр, просмотра популярных медиа или порнографии. Мне уже приходилось ратовать за то, чтобы исследование досуга избавилось от чрезмерно инструментализованного представления о развитии разных стран мира:

В соответствии с неолиберальными представлениями бедные слои населения «перепрыгнут» через общепринятые, традиционные барьеры и обеспечат себе большую общественно-экономическую мобильность. Однако, если равенство между третьим и первым миром будет достигаться именно таки-

16. Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? // *Information Development*. 2012. Vol. 28. № 2.

ми методами, нам следует быть готовыми к тому, что бедное деревенское население, подобно богатым городским жителям, станет использовать компьютеры для «банальных» и «обыденных» целей. Можно говорить о том, что такой неразрешимый конфликт происходит от моральных принципов бедности, а в качестве основных критериев при любых расчетах, связанных с третьим миром, следует рассматривать прагматику и совершенствование. Ведь в конце концов сфера *ICT4D* (*Information and Communication Technologies for Development*, то есть информационные и коммуникационные технологии в целях развития), концентрирующаяся на нуждах развития человеческого и общественного потенциала, появилась на основе постколониального дискурса и практик и до сих пор продолжает ни них опираться. Однако в рамках столь узкого подхода мы можем упустить реальные изобретательные приемы и стратегии, к которым прибегает бедное население, стремящееся свыкнуться со своим положением или изменить его. Основной инструмент здесь — развлечения, а классовое деление играет второстепенную роль¹⁷.

При этом, поскольку степень заинтересованности в досуге различна для разных социальных слоев, мы часто сталкиваемся с очевидными расхождениями в самом взгляде на него. Подобные расхождения могут быть связаны с конкретной социальной и исторической обстановкой, в которой живет та или иная группа населения. Возьмем, к примеру, давнюю дискуссию о том, почему, когда дело доходит до работы и досуга, различия между Европой и США оказываются столь значительными. В отчете Национального бюро экономических исследований говорится о том, что эту диспропорцию предопределяет сочетание разных систем налогообложения, законов о труде и прочих структурных механизмов:

Главный вопрос для нас — то, что сегодня европейцы работают гораздо меньше, чем американцы; это связано с политикой профсоюзов в 1970-е, 1980-е и отчасти 1990-е годы, а также с законами, действующими на рынке труда. Свою роль здесь сыграли и предельные ставки налогообложения — в особенности в том, что касается доли работающих женщин. Однако, по нашим представлениям, в рамках гипотетического высококонкурентного рынка труда, работающего без профсоюзов и регулируемого ограниченным количеством законов, подобный рост налогов не оказал бы столь значительного влияния на количество отра-

17. Ibid. P. 5.

ботанных часов. Безусловно, идея гибкости трудовых ресурсов не объясняет данное явление, связанное прежде всего с налоговыми вопросами, однако здесь нам может помочь «эффект социального интенсификатора» (*social multiplier effects*)¹⁸.

Другую картину предлагает феминистский подход к данной дихотомии. Здесь «труд» рассматривается как проблематичный, подавляющий и неофициальный домашний, не предполагающий финансового вознаграждения. Мы приходим к выводу о том, что досуг женщин не привязан к типичной сфере труда и, как следствие, остается незамеченным; а также, что женщины формируют собственный досуг самостоятельно и разнообразно. Вопреки общепринятому представлению о «современном» стиле жизни и образе мышления, приходящим на смену «традиционным», как в тённисовской модели смены *Gesellschaft* на *Gemeinschaft*, было обнаружено, что многие современные досуговые стратегии апеллируют к старым моделям и вовсе от них не отказываются.

Сегодня, когда досуг получил признание, пришло время уделить больше внимания различным его аспектам. Однако остается множество вопросов: становится ли досуг более доступным, нацеленным на извлечение прибыли? Что это — частное дело или общественная деятельность? Какова его природа — он организован или, скорее, неформален? В определенном смысле досуг занял центральное место в обществе и стал самостоятельной сущностью. Можно утверждать: маятник качнулся в другую сторону, и сегодня роль досуга в деловом мире и в практиках вызывает значительный интерес (а порой и страх). Новые медиа сулят (или угрожают?) подчинить себе трудовые ценности, свойственные разным культурам, и разрушить их, при этом, вероятно, разрушив и границы между трудом и досугом. Следует ли нам опасаться подобного размывания границ?

Постоянная занятость: эксплуатация или освобождение?

В современной культуре мобильной связи все сплетается в единый пучок по мере того, как люди находят способы внедрения

18. Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? // Harvard Institute of Economic Research Working Papers. 2005. № 2068. URL: <http://ideas.repec.org/p/fth/harver/2068.html>. О понятии «социального интенсификатора» см.: Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1 (2–3).

досуга в свою трудовую жизнь, а труда — в часть жизни, отведенную для досуга¹⁹. Традиционные режимы работы оказываются под угрозой благодаря новым средствам коммуникации. Цифровые платформы обеспечивают возможность отказа от рабочего дня «с 9 до 5» в пользу неполного или удаленного сотрудничества, никак не привязанного к местоположению компании²⁰. Пространства новых технологий дали сотруднику возможность разорвать связь с рабочим местом, однако поместили его в рамки постоянного, хотя и прерывистого рабочего цикла. Это способствовало широкому развитию культуры труда, предполагающей привлечение жителей пригородов и внештатных работников, а также созданию трудовой этики и дисциплины, основанной на принципе «всегда на связи».

Мы живем в эпоху занятости, когда четкое разделение между трудом и досугом оказалось размытым благодаря появлению «поколения большого пальца» — профессиональных и грамотных «жителей» Сети (*netizens*), готовых постоянно выполнять желания и приказы своих клиентов или руководителей²¹. Поколение *Blackberry* демонстрирует явное принятие капиталистических представлений об эффективности и производительности, тем самым создавая культуру срочной и непрерывной работы. Привязанность к постоянной проверке различных обновлений с помощью мобильных устройств стала для нас обычным делом. Так, в 2006 году термин «крэкберри»²² выиграл соревнование на звание слова года, проводившееся словарем Вебстера. Мы признаем, что новые коммуникационные технологии изменили темп общественной жизни, хотим мы того или нет.

По мере роста среднего класса, расширения возможностей выбора, распространения новых технологий, обеспечивающих мобильность и доступность, начали меняться представления о типе труда, которым люди готовы заниматься. Сегодня мы уделяем основное внимание тому, чтобы оставаться «верными» себе и обеспечивать логическую связность между трудовой деятельностью и досугом. Современная индивидуалистическая эпоха побуждает людей к тому, чтобы они «понимали себя», «были

19. *Du Gay P.* Consumption and Identity at Work. L.: Sage, 1996.

20. *Gershuny J.* Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society. Oxford: Oxford University Press, 2000.

21. *Buckingham D., Willett R.* Digital Generations: Children, Young People, and New Media. L.: Routledge, 2006.

22. Навязчивая зависимость от обновления почты и обмена короткими сообщениями с использованием телефона *Blackberry* (сленг).

собой» и «оставались верными себе», в частности за счет свободного от работы времяпрепровождения²³. Можно утверждать, что идеальная «работа» определяется близостью к досугу, общественному и интеллектуальному обогащению, поощрению удовлетворенности собой. Сегодня некоторые корпорации отмечают, что досуг способствует росту инновационного потенциала и творческой изобретательности на рабочем месте и структурирует корпоративное пространство таким образом, чтобы оно отражало принципы новой культуры труда. Основное различие между индустриальной эпохой и эпохой цифровых технологий состоит в характерном для них представлении о досуге: если в первом случае досуг был призван дополнять трудовую деятельность, то во втором он переплетается с ней. С появлением новых мультимедийных технологий границы размываются, и лишь выбор конкретного контекста позволяет нам определить ту или иную практику как ориентированную в большей мере на досуг или труд.

Исследователь социальных сетей Дана Бойд в своем популярном блоге *arophenia* недавно писала о трудностях, связанных с определением того, что такое работа в сетевом мире. Она размышляет об утрате «всякого представления о том, где именно пролегают границы», определяющие, работает она в данный момент или играет. Бойд спрашивает, как придать смысл тому размыванию границ, которое в эпоху цифровых технологий становится все более и более сложно организованным. Она признает, что степень контроля конкретного человека над личными «пространством, местом и временем» воспринимается им как привилегия. Рассказ об устройстве повседневной жизни позволяет понять, к чему приводят подобные преимущества:

Моя работа сегодня — это работа-мечта. Я исследователь: я занимаюсь изучением того, что меня занимает, исследую то, что мне интересно. Я сама составляю для себя расписание и список дел. Иногда я просто просыпаюсь утром и часами читаю. Я пишу книги и посты в блоге, путешествую, встречаюсь с людьми, читаю лекции. Я расспрашиваю людей об их жизни, наблюдаю за их бытом. Я думаю и тем самым зарабатываю на жизнь. Мне возмутительно хорошо платят за то, чтобы я мыслила, творила и провокационно себя вела. Я занимаюсь делами, связанными с моей профессией, по 80–100 часов в неделю, но 80% этого времени мне

23. Guerrier Y., Adib A. Op. cit. P. 1401.

очень нравятся. Я могу пойти к врачу в середине рабочего дня, но при этом могу проснуться посреди ночи с множеством новых идей в голове и сесть за письменный стол, пока нормальные люди спят. Границы между составляющими моей жизни размыты. Я никогда не могу сказать, считается ли ужин «работой» или «игрой», ведь за столом может зайти речь о гендерном поведении персонажей «Игры престолов» или о технической модели проекта *Hadoop*. В силу того что большую часть времени я провожу за компьютером или за разговорами по телефону, мне бывает сложно отделить труд от прокрастинации. Я могу убеждать себя в том, что поддерживать связь с *New York Times* важно с профессиональной точки зрения, однако все-таки не могу найти оправдания своему упорному стремлению пройти все уровни новой игры в точки от *Betaworks* (разве тестирование новых приложений не считается работой?). Безусловно, со стороны невозможно понять, насколько то, что я сосредоточенно гляжу на экран компьютера и хмурю брови, связано с рабочими вопросами. Черт возьми, да в половине случаев я и сама этого не знаю²⁴.

Следует помнить, что занятость не всегда была подобным образом связана с избранной сферой деятельности. Вспомним «праздного человека» XIX века: признаком принадлежности к богатым слоям общества считалась возможность иметь много свободного времени. Торстейн Веблен в своем классическом труде 1899 года «Теория праздного класса»²⁵ намного опередил свое время, утверждая, что на самом деле досуг — это социальный конструкт, который в силу специфики времени и среды является значимым символом высокого положения в обществе.

Ирония истории состоит в том, что современная занятость, кажется, заняла место такого досуга и служит сегодня схожим целям. Интересно, что в современном мире, где рабочее время сократилось, ощущение занятости вездесуще, ведь люди постоянно «доступны». Джонатан Гершуни из Центра исследований использования времени исследует этот парадокс занятости, выделяя эмоциональную сторону процесса²⁶. Иными словами, произошел сдвиг в представлении об общественной ценности постоянной работы, часто дающей ощущение занятости. Суще-

24. Boyd D. How Would You Define Word in a Networked World // *apophenia*. 05.05.2013. См. URL: <http://www.zephoriah.org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html>.

25. См.: Веблен Т. Б. Теория праздного класса: экономическое исследование институций / Пер. с англ. С. Д. Сорокиной. М.: Прогресс, 1984.

26. См.: Gershuny J. Op. cit.

ствовало скрытое желание быть погруженным в постоянную работу, ведь она означала более высокое положение в обществе. Гершуни указывает, что подобное ощущение может точно так же возникать и в связи с интенсивной и постоянной досуговой активностью.

Давайте теперь обратимся к развивающимся рынкам. Мой опыт полевых исследований в сельскохозяйственных районах Центральных Гималаев дает множество примеров того, что занятость может отличать любых граждан, вне зависимости от классовой принадлежности. Занятость подобна социальному вирусу, ее можно найти везде, даже в деревне. В традиционном представлении о связи между классом и занятостью обнаруживается разрыв. Существует явное стремление к тому, чтобы извлекать из времени максимальную выгоду. Однако, судя по всему, это должно происходить за счет множества видов деятельности, в том числе и за счет досуга. Посетители деревенских интернет-кафе приобщаются к ритуалу занятости, как следствие — к практикам онлайн-знакомств, общения, использования креативных игровых пространств. Человек чаще сталкивается с досуговой, а не с трудовой деятельностью. В ситуации скудной доступности ресурсов пустые траты времени увеличиваются из-за нарушений в работе систем социальной и технической инфраструктуры. Если ожидалось, что люди будут все более продуктивно использовать свое время, то было выявлено, что люди находили способы заниматься одновременно и общением, и творчеством, и работой, и досугом.

Предполагалось, что новые технологии освободят нас от работы. Так и случилось. Но при этом они освободили нас для еще большего количества работы. Получается, что существует замкнутая схема, нацеленная на эффективное управление нашей сложноорганизованной жизнью за счет новых технологий. Это приводит к ускорению ритма жизни и оставляет все меньше времени для пауз и размышлений. Социолог и феминистка Джуди Вайцман выступает против распространенного представления о пространственно-временном сжатии и с глубоким скептицизмом отзывается о существовании определенного ритма общественной жизни в якобы постмодерном обществе. Она говорит, что, подобно тому как «промышленная революция» стала провозвестником «революции досуга», новые мультимедийные технологии могут привести к ускорению жизненного ритма, недостатку времени и досуга. В этой связи нам следует обратить внимание на качество досуга и то, как он различается

в разных социальных группах или средах. Подобный подход закладывает основу для более подробного и богатого анализа. Обратимся, к примеру, к вопросу о гендерных различиях:

Качество досуга различается по двум важным позициям... «чистый» и «прерывистый» досуг. Мы видим, что мужчины получают больше времени на непрерываемый досуг (то есть такой, который не сопровождается какой-либо другой деятельностью). Напротив, досуг у женщин чаще всего связан с присутствием детей и с деятельностью, представляющей собой неоплачиваемый труд. Кроме того, максимальная продолжительность эпизодов (периодов) чистого досуга у мужчин в среднем больше (досуг у женщин разбит на более краткие периоды, чем у мужчин). Как следствие, представляется очевидным, что периоды досуга оказываются менее восстанавливающими для женщин, чем для мужчин²⁷.

В заключение Вайцман дает дельный совет о том, как следует рассматривать эту тему, а именно: не следует придерживаться детерминистской перспективы. Скорее, нам следует сконцентрироваться на том, как люди коллективно осваивают цифровые платформы, стремясь добиться контроля и создать баланс между трудом и досугом, соответствующий их личным обстоятельствам и нуждам. Книга Вайцман, безусловно, сосредоточена на новых медиатехнологиях, однако пространственный, исторический и социокультурный подходы играют в ее исследовании центральную роль.

Теперь зададимся следующим вопросом: насколько занятость связана с обычной, рутинной деятельностью? Что такое занятость — действительно ли это прежде всего результат и процесс труда? Разве занятость не заключается в череде многократно фрагментированных состояний работы, игры, общения, досуга? И самое главное — может ли основанная на технологиях занятость стать платформой для общественных отношений, для культурной и творческой деятельности? Изменив угол зрения, мы получаем более широкое и комплексное представление о той роли, которую новые медиаплатформы играют для занятости. В контексте современной глобальной эпохи нам следует также подумать о том, какую роль занятость играет в формировании уравновешенной дихотомии досуга и труда.

27. Wajcman J. Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism. Chicago University Press, 2014. P. 66.

Культуры труда и «география игротруда»

Свободный труд и дача как вид досуга

Тяжелый труд может доставлять определенное наслаждение, а некоторые сферы досуга требуют постоянных совместных усилий. Специалист по культурной географии Хейден Лори-мер изучает исторически сложившуюся практику «дачного хозяйствования на досуге» и обращает внимание, что та всегда воспринималась отдельно от собственно сельскохозяйственного производства. Если последнее принято считать утомительным трудом, то первая рассматривается, скорее, как приятная работа на природе, а возделывание почвы идеализируется и превращается в коллективное и самобытное занятие, которое приносит наслаждение. Иными словами, в данном контексте труд ассоциируется с «восторженной, глубокой и материальной связью с почвой, травой, растениями и деревьями»²⁸. Прилагаемые усилия могут быть одинаковы в обоих случаях, однако элемент выбора обеспечивает переход от утомительного однообразия к эйфории. Чтобы понять суть различия между этими двумя типами труда, следует обратиться к предложенному Вебленом схематическому представлению о «подвиге» как форме игры. В контексте дачного хозяйствования на досуге труд ни в коем случае не является чистой игрой, однако мы видим, что сделанный от всего сердца выбор столь сложной задачи превращает подвиг в нечто приносящее удовольствие. Таким образом, дачник прилагает усилия не ради прибыли, но ради удовольствия или потому, что они ему приятны. При этом он не использует сельское хозяйство в качестве основного источника пропитания. Изначально дачное хозяйствование как вид досуга ассоциировалось с формированием нравственного пейзажа, с выражением человеческой природы в тяжелом труде.

В современную цифровую эпоху добровольная деятельность по созданию и обеспечению работы социальных сетей и пространств, в том числе игровых онлайн-сообществ, воспринимается как «свободный труд»²⁹. Эта кропотливая работа, часто вы-

28. *Lorimer H. Cultural Geography: the Busyness of Being «More-Than-Representational» // Progress in Human Geography. 2005. 29. P. 86. URL: <http://eprints.gla.ac.uk/15268/>. DOI: 10.1191/0309132505ph531pr.*

29. *Digital Labor: the Internet as Playground and Factory / T. Scholz (ed.). N.Y.: Routledge, 2013.*

полняемая многими людьми и подпитываемая представлением о демократическом идеале, стимулирует так называемую экономику дара. В головокружительные дни после появления *Web 2.0* работу над этой технологией определяли как коммунитарный подход, в рамках которого отдельные люди объединялись, чтобы тратить собственное время и силы на создание динамичного сетевого пространства с высокой общественной ценностью. Награда за их усилия оказалась достаточно эмоциональной и поучительной: каждый из них стал частью большого целого, участвовал в формировании некоего общего цифрового и культурного пространства, созданного людьми и для людей.

Дон Тапскотт и Энтони Уильямс в своей книге «Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все»³⁰ с большим оптимизмом говорят о новом трудовом ландшафте, подарившем возможность совместного создания любимой платформы «Википедия». Этот цифровой домен до сих пор остается примером массового свободного труда, для которого характерны новый взгляд на мир и альтруизм. «Википедия» служит подтверждением того, что работа может идти и в отсутствие сложной организации, диктующей условия и рамки труда. Другая книга, подпитывающая идеями нашу безумную эпоху, — «Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство» Чарльза Лидбитера³¹. Согласно автору, потребители могут также рассматриваться в качестве производителей, а формы досуга — в качестве форм труда. Так обосновываются усилия людей, увлеченных своим досугом, работающих неполный рабочий день или дилетантов: новая медиатопография предоставляет им широкие возможности для применения на рынке своего непрофессионального опыта и талантов³².

Проблемы возникают в тот момент, когда подобные безвозмездные и идеалистические усилия случайно становятся источником вдохновения и прибыли для компаний. К примеру, что происходит, когда дачники-любители превращают незанятую территорию в высокопродуктивное пространство, а затем обнаруживают, что на плоды их усилий посягают частные фирмы или государство? Такие целинные, любовно обработанные территории стали примером альтернативы корпоративной модели сельского

30. Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009.

31. Лидбитер Ч. Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство. М.: Аквариевая Книга, 2009.

32. Howe J. Op. cit.

хозяйства с ее массовой коммерциализацией и разрывом связей с землей. Ту же монетизацию свободного труда мы наблюдаем в интернет-пространстве, хотя подобный вид труда изначально был призван служить целям пользователей Сети, а вовсе не корпоративных клиентов. Его плоды «были не просто присвоены, но сознательно переориентированы на капиталистические деловые практики и неоднозначным образом реструктурированы в соответствии с ними»³³. Мы снова и снова видим, как люди обнаруживают, что результаты их работы приносят прибыль кому-то другому. Безусловно, это вызывает отрицательную реакцию.

Уже в 1999 году компания *American Online (AOL)* успешно пользовалась трудом пятнадцати тысяч «волонтеров», кропотливо работавших над проектом интернет-пространства компании и его управлением. Со временем группа волонтеров пришла к ощущению того, что они работают на «цифровом потогонном производстве». В результате они подали в Министерство труда запрос с требованием определить, должна ли AOL заплатить им за годы бесплатного виртуального хостинга. Это не единственный пример платформы, добившейся успеха благодаря труду бесплатных работников, которые прилагают значительные усилия для разработки собственного культурного пространства. В последние годы мы стали свидетелями крупных конфликтов, связанных с функционированием нескольких цифровых досуговых платформ. Повсюду — от *Couchsurfing* до *Second Life* или *Flickr* — коллектив, прежде с энтузиазмом работавший над созданием цифровой среды, превращается в своего рода профсоюз, требующий вознаграждения за участие и приложенные усилия.

В созданном годы назад сообществе *Couchsurfing* — глобальной сети людей, предлагающих свои услуги путешественникам и организующих различные общественные мероприятия, — недавно возникли разногласия в связи с тем, что ключевых участников подвергли цензуре за критические отзывы о новом дизайне сайта. В результате в *Facebook* появилась страница «Цензура на *Couchsurfing*». Безусловно, основная часть шестимиллионной аудитории данного сообщества ничего не знает об этом протесте и не участвует в нем, однако мы понимаем, что протест затронул основных участников сообщества, поддерживающих присущий ему дух стихийности. Отчасти это связано с тем, что в 2011 году эта некоммерческая организация стала венчурной стартап-ком-

33. Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy // *Social Text*. 2000. Vol. 18. № 2. P. 37.

паний с определенным уставным капиталом. Сообщество ушло от бэкпекерской культуры взаимовыручки и стало более коммерческим, подобно тому же *Facebook* и прочим сайтам, которые разрабатывают собственную корпоративную программу действий, нацеленную на увеличение рентабельности.

Подобная меркантилизация общественного — всего лишь одна из сторон проблемы. Предположим, что дачники приняли решение совмещать удовольствие и получение прибыли. В рамках общегосударственной политики в области сельского хозяйства вопрос о том, каковы их права и обязанности как работников, трудящихся неполный рабочий день, все равно остается открытым. То же верно и для вопросов, связанных с недавней тенденцией к краудсорсингу с использованием таких платформ, как *Mechanical Turk*. В контексте веб-ориентированной рабочей среды люди, на досуге практикующие определенные занятия или обладающие определенными умениями, выполняют микрозадания, предлагаемые им огромным множеством компаний. Если им и платят, то платят мало; кроме того, они не получают защиту от традиционных институциональных систем обязательного медицинского страхования или контроля минимального уровня заработной платы³⁴.

Сады при фабриках, представления о будущем общества
и эмоциональная самоорганизация

Работа ради работы не слишком воодушевляет. Мы постоянно ищем и стремимся придать ей смысл. Мы выполняем тяжелую работу и при этом воображаем, что вносим свой вклад в более глобальное общее дело, переносим себя в пространство самовыражения. Предпринимательской сфере часто удавалось успешно усвоить такие прогрессивные представления об обществе. В XIX веке, в эпоху развития промышленности, досуг уже рассматривался в качестве потенциального инструмента мотивации и мобилизации. Видный специалист по социологии досуга Крис Роджек напоминает о том, что современный вопрос о месте досуга в трудовой жизни возник благодаря не только рабочим, требовавшим большей свободы от своего монотонного труда, или политикам, продвигавшим новую утопическую идею, но и промышленникам, начавшим понимать, что производительность, в сущности, связана с досугом. Вовлечение институтов привело к кодификации допустимых и недопустимых видов до-

34. См.: Digital Labor: the Internet as Playground and Factory.

суга, упорядочению свободного времени и поведения. В период роста урбанизации в XIX веке промышленники и государство были обеспокоены потерей контроля над социализацией рабочего класса. Создание «нормальных» пространств для досуга стало важным для снижения неуверенности в будущем и поощрения эмоционального восприятия — качества, тесно связанного с профессионализмом:

То, что мы сегодня называем эмоциональным восприятием и эмоциональной самоорганизацией, постепенно приобретает столь критическое и настоятельное значение для формирования квалифицированного поведения, что понятия «нерабочего времени, выбора и свободы» оказываются под угрозой. Сегодня даже практика «бездельничания» превращается в активную деятельность, требующую соответствующей обстановки, соблюдения определенных норм и использования социальных атрибутов кодирования и представительства, символизирующих приостановку производства и погони за материальными благами³⁵.

В 1880-е годы в промышленном ландшафте Европы и США возник новый вид спроектированного озелененного пространства — фабричный сад развлечений и парк отдыха³⁶. Имевшие место во многих странах радикальные преобразования общественных территорий, и в первую очередь создание городских парков, поразили воображение крупных промышленников. Они стремились нанять тех же архитекторов, которые работали над проектами парков, и перенести созданную ими эстетику в рабочее пространство. Проекты парков для двух компаний — *Cadbury Brothers* в Борнвиле (Великобритания) и *National Cash Register Company* в Дейтоне (штат Огайо, США) — стали образцом создания корпоративных пространств для отдыха и оставались таковыми до конца 1960-х годов. Усилия по обустройству парковых зон вокруг фабрик, считавшиеся характерной чертой «капитализма досуга и всеобщего благосостояния», воспринимались теоретиками корпоративной сферы как нечто, придающее

...компании экономическую, общественную и культурную ценность, дающее ей более здоровых, крепких и эффективных

35. *Rojek Ch. The Labour of Leisure: the Culture of Free Time. L.A.: Sage, 2010. P. 85.*

36. *Chance H. Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century // The International Journal of the History of Sport. 2012. Vol. 29. Iss. 11. P. 1602.*

сотрудников и тем самым формирующее положительный образ компании в частном и общественном представлении³⁷.

Таким образом, рабочая территория проектировалась по образцу общественных досуговых пространств и была призвана удовлетворить многочисленные потребности рабочих, в том числе работающих на фабрике женщин и детей. Вот почему рядом с фабриками строились детские площадки, обустроивались прогулочные аллеи, позволявшие рабочим отдохнуть и погулять, а также зеленые поляны, предназначенные для пикников и общения. Сегодня *Web 2.0* остается ключевым термином в цифровой корпоративной архитектуре. Городские парки служили тем же целям — они были символом новаторского подхода к рабочему пространству. Обеспечение возможности отдыха вполне оправдало себя: парки при фабриках способствовали росту производительности труда, и, как следствие, отдых в таких пространствах стал рассматриваться как обязанность работника и неотъемлемая составляющая его рабочего дня. Одновременно и работники начали считать досуг своим фундаментальным правом. Иногда в планировании и проектировании таких парковых пространств участвовали сами работники фабрик. Предполагалось, что подобная возможность совместного творчества свидетельствует о прогрессивности компании и формирует у работников чувство ответственности, лояльности и своей уникальности, которые в конечном итоге приносят большую пользу.

Досуговое пространство может способствовать росту производительности. Кроме того, оно может вселять ощущение индивидуальности, вовлеченности и привязанности к компании. Подтверждением этой точки зрения служит место, которое социальные сети и блоги занимают в сегодняшнем цифровом корпоративном пространстве. Существует представление о том, что социальные медиапространства открывают новые пути для развития социального капитала, сотрудничества и формирования связей между сотрудниками компании. Это представление возникло в период сильной озабоченности ростом социальной изоляции на рабочем месте. В силу значительного сокращения масштабов взаимопомощи социальная изоляция с 1980-х годов существенно увеличилась: «в 1985 году примерно у 30% работающих людей был близкий друг из числа коллег. В 2004 году

37. Ibid. P.1603.

это количество снизилось до 18%»³⁸. Поскольку сегодня человек стал проводить на рабочем месте меньше времени, виртуальные сети играют роль расширенного корпоративного пространства, способствующего созданию у сотрудников ощущения вовлеченности в общественную жизнь и чувства принадлежности к коллективу. Цель такой политики — подпитывать ощущение эмоционального благополучия, считающееся важной составляющей хорошей работы сотрудника. Рассмотрим в качестве примера тенденцию к социальной изоляции в США:

Сегодня американцы позже женятся, чаще разводятся и все более регулярно живут одни, поэтому работа может постепенно стать новым центром американского общества, а на смену фойе как месту установления социальных связей придет кулер... Есть надежда на то, что интернет-технологии и, в частности, блоги способны снизить уровень социальной изоляции в сегодняшнем рабочем пространстве, укрепив прежде слабые связи между коллегами³⁹.

Растут требования, предъявляемые подобным цифровым платформам. Предполагается, что с их помощью работники будут общаться и контактировать друг с другом, что эти платформы будут способствовать созданию общей корпоративной культуры, обеспечивать рост эффективности производственных процессов за счет привлечения штатных или внештатных специалистов, а также совершенствовать методы обучения сотрудников и облегчать общение на рабочем месте⁴⁰. Считается, что такие платформы дают сотрудникам возможность продемонстрировать свой интеллектуальный капитал и быть замеченными руководством компании. В свою очередь, лидеры корпораций получают возможность быстрее оценить мотивацию и удовлетворенность сотрудников, быстрее отреагировать на волнения среди рабочих. К примеру, многие высокопоставленные руководители сегодня привязаны к *Twitter*. Эта сеть позволяет им более «дружелюбно» отслеживать и контролировать работу над проектами, своевременно распространять среди сотрудников важные сведения

38. Gely R., Bierman L. Op. cit. P. 297.

39. Ibid. P. 299.

40. Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks//Employee Responsibility and Rights Journal. 2011. Vol. 23; *Leader-Chivee L., Cowan E.* Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage//People Strategy. 2008. Vol. 31. №. 4.

и передавать им профессиональные знания⁴¹. К тому же существует надежда на то, что длительное взаимодействие в рамках таких сетей может повысить организованность и увеличить лояльность к бренду. Отличным примером здесь может стать компания *Apple*: ее блог и группа в *Facebook* под названием *Apple Students* обеспечивают более чем успешную поддержку и привлекают приверженцев компании, расширяя границы дозволенного в продвижении своей торговой марки.

В Европе сегодня 65% наемных работников признают, что социальные сети являются неотъемлемой частью их повседневной трудовой жизни. В целом две трети работников в Европе считают, что благодаря внедрению социальных сетей их компании стали более прозрачными и открытыми. Если говорить о конкретных странах, то социальные сети более всего распространены в Германии и менее всего — в Великобритании⁴². В США социальными сетевыми сервисами пользуются прежде всего крупные компании, в отличие от средних и малых.

Если предпринимательский сектор в целом признает, что использование новых сетевых платформ предоставляет ему широкие возможности, то это не избавляет его от глубокой обеспокоенности. Территории досуга, будь то сады при фабриках или цифровые сети, могут, помимо прочего, побуждать работников к «нежелательным» поступкам: созданию рабочих союзов, саботированию компании за счет нарочного или случайного разглашения профессиональных секретов. Вот почему в пределах таких якобы свободных общественных пространств за деятельностью рабочих постоянно следят. К примеру, большинство крупных американских промышленных компаний, входящих в список *Fortune 500*, используют возможности *Facebook*. Однако если копнуть глубже, то выяснится, что их присутствие в этой сети — лишь формальность: корпорации в основном публикуют пресс-релизы и программные заявления, весьма тщательно отбирая информацию для публикации⁴³. Более чем три четверти таких страниц в *Facebook* обновляются с большой задержкой. Недавнее исследование показало, что лишь 37 компаний из списка *Fortune 500* ведут корпоративные блоги, большинство же придерживаются тра-

41. *Rapoza J. Social skills // eWeek. 2009. Vol. 26. Iss. 10.*

42. *McGrath L. C. Adoption of Social Media by Corporations: A New Era // Business and Economic Review. 2010. № 13.*

43. *McCorkindale T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the Fortune 50's Facebook Social Networking Sites // Public Relations Journal. 2010. Vol. 4. № 3.*

диционной стратегии односторонней коммуникации⁴⁴. Работники таких компаний как будто надзирают за собой сами: они практически не участвуют в онлайн-жизни или участвуют поверхностно. В 2008 и 2009 годах уровень фишинговых атак на сайты социальных сетей вырос на 164%. В рамках исследования с участием руководящих работников в области маркетинга порядка 20% таких работников заявили, что они считают себя жертвами онлайн-мошенничества и фишинговых атак, нацеленных на незаконное использование фирменного наименования их компаний. В целом досуговые социальные сети играют важную роль в структуре современной деловой культуры, являя собой свободное и децентрализованное рабочее пространство, однако они, безусловно, порождают достаточное количество трудностей.

Создание подобных корпоративных досуговых доменов — во все не точная наука. Преобразования рабочего пространства приводят к практическим и символическим последствиям. Проект и оформление делового пространства могут нести отпечаток иерархичности и одностороннего мышления, что способно спровоцировать преобладание культуры контроля и погони за производительностью над творческим началом⁴⁵. Уже достаточно давно было проведено исследование организационной культуры, задавшееся вопросом, как пространственные характеристики и физическое планирование могут отражать властные отношения, ценности компании и стили управления⁴⁶. Другое исследование показало, что при разработке организационной структуры корпорации главную роль играют эмоциональные факторы⁴⁷. Эстетика корпоративного пространства может выступать в качестве яркого символа частного бизнеса или государства⁴⁸. К примеру, в 1970-е годы модернизм в архитектуре свидетельствовал о наступлении новой эпохи, отличительными особенностями которой были научный прогресс и явная вера в необходимость новой программы действий для корпораций и государства. Но более

44. *Cho S., Huh J.* Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool // *Corporate Communications. An International Journal*. 2010. Vol. 15. № 1.

45. *Daskalaki M., Starab A., Imasa, M.* Op. cit.

46. *Henley N.* Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.

47. *Urry J.* Consuming Places. L.: Routledge, 1995.

48. *Guillen M. F.* Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical // *Administrative Science Quarterly*. 1997. Vol. 42. № 4.

поздние исследования концентрировались на подходе к проектированию, предполагающем совместное творчество и придающем большее значение содействию работникам и клиентам:

На смену таким поведенческим или функциональным подходам пришло более конструктивистское представление, использующее понятие «присвоение» для обозначения того, как пользователи конкретного пространства его осмысливают. В рамках конструктивистского подхода люди не просто используют (или заполняют) пространство, но также совместно строят его, порой перекраивая на свой лад и структурируя иным образом, чем это было задумано изначально⁴⁹.

Конечно, подобные отношения меняются и развиваются по мере изменения социальных функций, социальной политики и экономики. Нам следует сосредоточиться, скорее, не на пространственном выражении корпоративной культуры, а на выявлении природы границ между пространством досуга и пространством труда, на взаимодействии между работником и работодателем, на вариантах изменения политики. Все это вместе и формирует современную организационную культуру. Пространственная структура компании может быть нормативной, однородной, доминирующей или регламентированной. Как следствие, пользователи корпоративного пространства имеют возможность и право игнорировать его, играть с ним, разрушать или менять таким образом, чтобы создать новое пространство, отличное от первоначального корпоративного проекта⁵⁰.

В заключение отметим: новые мультимедийные технологии предлагают нам новые способы организации жилого, рабочего и игрового пространства. С давних пор и до сегодняшнего дня досуг ассоциировался с «такими конструктами, как свобода, освобождение, развлечение и выбор; а труд — с конструктами типа принуждение, рутин и ограничение»⁵¹. Как уже было сказано выше, столь строгое разграничение между трудом и игрой выступает продуктом индустриальной эпохи. Идея о связи производительности труда с физическим окружением не нова. Сегодня все мы понимаем, что в любой ситуации — на фабрике, где трудятся производственные рабочие, или в кабинетах, где си-

49. *Daskalaki M., Starab A., Imasa M. Op. cit. P. 50.*

50. *Legge K. The Rhetorics and Realities of HRM, Anniversary Edition. L.: Palgrave, 2005.*

51. *Guerrier Y., Adib A. Op. cit. P. 1399.*

дят конторские служащие,— способ организации рабочего пространства оказывает социальное воздействие на эффективность труда работника, его отношение к труду и способность взаимодействовать в команде. Если топология новых медиатехнологий может способствовать росту масштабов общения и сотрудничества между работниками, то она также вводит новые способы контроля труда и его разделения.

Фундаментальной характеристикой капиталистического способа производства является противопоставление соревнования и сотрудничества⁵².

Сегодня все большее число корпоративных сетей, функционирующих в рамках «закрытых систем» — защищенных территорий, отведенных для корпоративной деятельности,— подвергается серьезному мониторингу и контролю. В целом крупные компании концентрируются на внутренних социальных сетях, тогда как малые и средние чаще используют общедоступные сетевые платформы. Таким образом, большинство компаний не сопротивляются этой растущей и популярной тенденции, но изыскивают способы структурирования и регулирования проникших в рабочее пространство досуговых социальных сетей для удовлетворения потребностей работников и работодателей.

Литература

- Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? // Harvard Institute of Economic Research Working Papers. 2005. № 2068. Режим доступа: <http://ideas.repec.org/p/fth/harver/2068.html>.
- Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? // Information Development. 2012. Vol. 28. № 2.
- Boyd D. How Would You Define Word in a Networked World // apophenia. 05.05. 2013. См. Режим доступа: <http://www.zephorie.org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html>.
- Buckingham D., Willett R. Digital Generations: Children, Young People, and New Media. L.: Routledge, 2006.
- Chance H. Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century // The International Journal of the History of Sport. 2012. Vol. 29. Iss. 11.
- Chang J. Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy // Metropolis Magazine. 19.06.2006. Режим доступа: <http://www.metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
- Cho S., Huh J. Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool // Corporate Communications. An International Journal. 2010. Vol. 15. № 1.

52. Hermann C. Op. cit. P. 65.

- Daskalaki M., Starab A., Imasa M. The "Parkour Organisation": Inhabitation of Corporate Spaces // Culture and Organization. 2008. Vol. 14. № 1.
- Digital Labor: the Internet as Playground and Factory / T. Scholz (ed.). N.Y.: Routledge, 2013.
- Du Gay P. Consumption and Identity at Work. L.: Sage, 1996.
- Freudenheim M. Digitizing Health Records, Before It Was Cool // New York Times. 14.01.2012. Режим доступа: <http://www.nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.
- Fried J., Hansson D. H. Rework. N.Y.: Crown Business, 2010.
- Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform // Harvard Journal of Law and Technology. 2007. Vol. 20. № 2.
- Gershuny J. Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier // Journal of the European Economic Association. 2003. Vol. 1 (2–3).
- Goldstein H. A., Luger M. I. Science/Technology Parks and Regional Development Theory // Economic Development Quarterly. 1990. № 4 (1).
- Guerrier Y., Adib A. Work at leisure and leisure at work: A Study of the emotional labour of tour reps // Human Relations. 2003. Vol. 56. № 11.
- Guillen M. F. Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical // Administrative Science Quarterly. 1997. Vol. 42. № 4.
- Henley N. Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.
- Hermann C. Laboring in the network // Capitalism Nature Socialism. 2006. Vol. 17. № 1.
- Howe J. The Rise of Crowdsourcing // Wired Magazine. June 2006. № 14.06. Режим доступа: <http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.
- Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks // Employee Responsibility and Rights Journal. 2011. Vol. 23.
- Kjerulf A. Happy hour is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work // Jyllands-Posten. 2007. № 35.
- Leader-Chivee L., Cowan E. Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage // People Strategy. 2008. Vol. 31. № 4.
- Legge K. The Rhetorics and Realities of HRM, Anniversary Edition. L.: Palgrave, 2005.
- Lorimer H. Cultural Geography: the Busyness of Being "More-Than-Representational" // Progress in Human Geography. 2005. 29. P. 86. Режим доступа: <http://eprints.gla.ac.uk/15268/>. DOI: 10.1191/0309132505ph531pr.
- McCorkindale T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the Fortune 50's Facebook Social Networking Sites // Public Relations Journal. 2010. Vol. 4. № 3.
- McGrath L. C. Adoption of Social Media by Corporations: A New Era // Business and Economic Review. 2010. № 13.
- Rapoza J. Social skills // eWeek. 2009. Vol. 26. Iss. 10.
- Roberts K. Leisure in Contemporary Society. Wallingford, UK: CAB International, 1999. P. 57.
- Rojek Ch. The Labour of Leisure: the Culture of Free Time. L.A.: Sage, 2010.
- Rosenzweig R. Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920. N.Y.: Cambridge University Press, 1983.
- Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy // Social Text. 2000. Vol. 18. № 2.
- Urry J. Consuming Places. L.: Routledge, 1995.

- Vaidyanathan G. Technology Parks in a Developing Country: The case of India // *Journal of Technology Transfer*. 2008. Vol. 33. Iss. 3. P. 285–299.
- Wajcman J. *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*. Chicago University Press, 2014.
- Woody T. Leisure in the Light of History // *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1957. Vol. 313. № 1.
- Веблен Т. Б. Теория праздного класса: экономическое исследование институций / Пер. с англ. С. Д. Сорокиной. М.: Прогресс, 1984.
- Лидбитер Ч. Мы — думаем. Массовые инновации, не массовое производство. М.: Аквармариновая Книга, 2009.
- Тапскотт Д., Уильямс Э. Д. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. М.: BestBusinessBooks, 2009.

The Leisure Factory: Production in the Digital Age

Payal Arora. PhD in Language, Literacy and Technology, Associate Professor at the Department of Media and Communication of the Erasmus School Of History, Culture and Communication of the Erasmus University Rotterdam.
Address: PO Box 1738, 3000 DR Rotterdam, Netherlands.
E-mail: arora@eshcc.eur.nl.

Keywords: cognitive labor; leisure; technologies; internet collaboration; crowd-sourcing.

This paper leverages on parallel pursuits in changes in organizational space and cultures and private-sector appropriation of social media spaces to frame the relationship between the architecture of work space and that of play. In the contemporary innovation-obsessed economy, a new corporate culture is needed, sensitized to workers' larger well-being. Work spaces have undergone tremendous change, as employers' understanding of what counts as productivity has evolved. Some companies are focusing on the very space within which such talent can be nurtured—the office. Pool

tables, volleyball courts, video game parlours, pianos, ping-pong tables, and yoga stations are becoming a signature of these new labor landscapes.

The less regulating, confining and spatially predictable a work environment is, the more likely it is to generate new ideas and enhance performance. These new labor geographies are not confined to the material sphere. A decade ago, corporations' instinctive response to social media within the work domain was to sue business-bashing employees to cease and desist. Today, corporations are realizing that these digital leisure terrains can benefit them. We see businesses extending their presence virtually on sites conventionally demarcated for online social and leisure purposes. The rise of digital labor posits a challenge in the design of work spaces better adapted to a temporal, diverse and sporadic global labor market. Furthermore, *gamification* has become a new buzzword for labor landscapes driven by the belief that by infusing game dynamics into the work culture, it enhances employee engagement and problem-solving efficacy

References

- Alesina A., Glaeser E., Sacerdote B. Work and Leisure in the U. S. and Europe: Why so Different? *Harvard Institute of Economic Research Working Papers*, 2005, no. 2068, pp. 1–95. Available at: <http://ideas.repec.org/p/fth/har-ver/2068.html>.
- Arora P. Leisure Divide: Can the Third-World Come Out to Play? *Information Development*, 2012, vol. 28, no. 2, pp. 93–101.
- Boyd D. How Would You Define Word in a Networked World. *apophenia*, May 5, 2013. Available at: <http://zephoria>.

- org/thoughts/archives/2013/05/05/digital-labor.html.
- Buckingham D., Willett R. *Digital Generations: Children, Young People, and New Media*, London, Routledge, 2006.
- Chance H. Mobilising the Modern Industrial Landscape for Sports and Leisure in the Early Twentieth Century. *The International Journal of the History of Sport*, 2012, vol. 29, iss. 11, pp. 1600–1625.
- Chang J. Behind the Glass Curtain: Google's New Headquarters Balances Its Utopian Desire for Transparency with Its Very Real Need for Privacy. *Metropolis Magazine*, June 19, 2006. Available at: <http://metropolismag.com/July-2006/Behind-the-Glass-Curtain/>.
- Cho S., Huh J. Content Analysis of Corporate Blogs as a Relationship Management Tool. *Corporate Communications. An International Journal*, 2010, vol. 15, no. 1, pp. 30–48.
- Daskalaki M., Starab A., Imasa M. The “Parkour Organisation”: Inhabitation of Corporate Spaces. *Culture and Organization*, 2008, vol. 14, no. 1, pp. 49–64.
- Du Gay P. *Consumption and Identity at Work*, London, Sage, 1996.
- Freudenheim M. Digitizing Health Records, Before It Was Cool. *New York Times*, January 14, 2012. Available at: <http://nytimes.com/2012/01/15/business/epic-systems-digitizing-health-records-before-it-was-cool.html>.
- Fried J., Hansson D. H. *Rework*, New York, Crown Business, 2010.
- Gely R., Bierman L. Social Isolation and American Workers: Employee Blogging and Legal Reform. *Harvard Journal of Law and Technology*, 2007, vol. 20, no. 2, pp. 288–331.
- Gershuny J. *Changing Times: Work and Leisure in Post-Industrial Society*, Oxford, Oxford University Press, 2000.
- Glaeser E., Sacerdote B., Scheinkman J. The Social Multiplier. *Journal of the European Economic Association*, 2003, vol. 1 (2–3), pp. 345–353.
- Goldstein H. A., Luger M. I. Science/Technology Parks and Regional Development Theory. *Economic Development Quarterly*, 1990, vol. 4, no. 1, pp. 64–78.
- Guerrier Y., Adib A. Work at Leisure and Leisure at Work: A Study of the Emotional Labour of Tour Reps. *Human Relations*, 2003, vol. 56, no. 11, pp. 1399–1417.
- Guillen M. F. Scientific Management's Lost Aesthetic: Architecture, Organization, and the Taylorized Beauty of the Mechanical. *Administrative Science Quarterly*, 1997, vol. 42, no. 4, pp. 682–715.
- Henley N. *Body Politics: Power, Sex and Non-Verbal Communication*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall, 1977.
- Hermann C. Laboring in the Network. *Capitalism Nature Socialism*, 2006, vol. 17, no. 1, pp. 65–76.
- Howe J. The Rise of Crowdsourcing. *Wired Magazine*, June 2006, iss. 14.06. Available at: <http://wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>.
- Kaupins G., Park S. Legal and Ethical Implications of Corporate Social Networks. *Employee Responsibility and Rights Journal*, 2011, vol. 23, no. 2, pp. 83–99.
- Kjerulf A. *Happy Hour Is 9 to 5: Learn How to Love Your Job, Create a Great Business and Kick Butt at Work*, København, Jyllands-Posten, 2007.
- Leadbeater Ch. *My—dumaem. Massovye innovatsii, ne massovoe proizvodstvo* [We-Think. Mass Innovation, Not Mass Production] (trans. A. Zakharov), Moscow, Akvamarinovaia Kniga, 2009.
- Leader-Chivee L., Cowan E. Networking the Way to Success: Online Social Networks for Workplace and Competitive Advantage. *People Strategy*, 2008, vol. 31, no. 4, pp. 40–46.
- Legge K. *The Rhetorics and Realities of HRM*, London, Palgrave, 2005.
- Lorimer H. Cultural Geography: the Busyness of Being “More-Than-Representational.” *Progress in Human Geography*, 2005, vol. 29, no. 1, pp. 494–504.
- McCorkindale T. Can You See the Writing on My Wall? A Content Analysis of the

- Fortune 50's Facebook Social Networking Sites. *Public Relations Journal*, 2010, vol. 4, no. 3, pp. 1–13.
- McGrath L. C. Adoption of Social Media by Corporations: A New Era. *Business and Economic Review*, 2010, no. 13, pp. 14–19.
- Rapoza J. Social Skills. *eWeek*, 2009, vol. 26, iss. 10, pp. 14–20.
- Roberts K. *Leisure in Contemporary Society*, Wallingford, UK, CAB International, 1999.
- Rojek Ch. *The Labour of Leisure: the Culture of Free Time*, Los Angeles, Sage, 2010.
- Rosenzweig R. *Eight Hours for What We Will: Workers and Leisure in an Industrial City, 1870–1920*, New York, Cambridge University Press, 1983.
- Scholz T., ed. *Digital Labor: The Internet as Playground and Factory*, New York, Routledge, 2013.
- Tapscott D., Williams A. D. *Vikinomika. Kak massovoe sotrudnichestvo izmeniaet vse* [Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything] (trans. P. Mironov, G. Vasilenko), Moscow, BestBusinessBooks, 2009.
- Terranova T. Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text*, 2000, vol. 18, no. 2, pp. 33–58.
- Urry J. *Consuming Places*, London, Routledge, 1995.
- Vaidyanathan G. Technology Parks in a Developing Country: The Case of India. *Journal of Technology Transfer*, 2008, vol. 33, iss. 3, pp. 285–299.
- Veblen T. B. *Teoriia prazdnogo klassa: ekonomicheskoe issledovanie institutsii* [The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions] (trans. S. Sorokina), Moscow, Progress, 1984.
- Wajcman J. *Pressed for Time: The Acceleration of Life in Digital Capitalism*, Chicago, Chicago University Press, 2014.
- Woody T. Leisure in the Light of History. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1957, vol. 313, no. 1, pp. 4–10.

Эстетическая стадия
производства/потребления
и «революция времени
по выбору»

Манола Антониоли

Перевод с французского *Михаила
Маяцкого*. Публикуется с лю-
безного разрешения автора.

Доктор философии, профессор фило-
софии в Лаборатории исследований
в области философии, архитектуры
и урбанистики (GERPHAU) Высшей
национальной школы архитектуры
искусств Париж–Ла-Виллет.

Адрес: 3–15 quai Panhard et Levassor,
75013 Paris, France.

E-mail: antonioli.manoла@wanadoo.fr.

Ключевые слова: культура; развлека-
ние; темпоральность; капитализм; по-
требление; досуг.

Отталкиваясь от текста Ханны Арендт
«Кризис в культуре», статья прослежи-

Проблема с массовым об-
ществом относительно нова
и, возможно, еще более
серьезна, но не из-за самих
масс, а из-за того, что это
общество есть, по существу,
общество потребителей,
где досуг используется
уже не для самовершен-
ствования и приобретения
более высокого обществен-
ного статуса, а для того,
чтобы потребовать и развлек-
аться еще и еще. Но во-
круг не настолько много
потребительских благ, чтобы
удовлетворить растущие
аппетиты человеческого

процесса, энергия которого
больше не растрачивается в
матерствах трудящегося
тела и потому должна быть
переходом на потребле-
ние. И поэтому жизнь
словно сама пришла себе
на помощь и промкнула
к вещам, которые ей неког-
да не предназначались.
В результате возникла, ко-
нечно, не массовая культу-
ра, которой, строго говоря,
вообще не существует, а
массовые развлечения за
счет предметов культуры
мира. Думать будто та-
кое общество станет

вает, как в современном обществе потребления культура превращается в развлечение, что приводит к утрате политического измерения искусства и культуры. Подвергнув острой критике общество потребления, Жан Бодрийяр проанализировал парадоксально привилегированное место, которое в нем уделяется *времени*. Он показал, в частности, что распределение свободного времени в обществе коррелирует с распределением всех прочих благ. Качество «свободного времени» становится способом социальной стратификации, социально нагруженным «различием» (Пьер Бурдьё). Современные мифы о свободном времени и досуге строятся вокруг иллюзорного желания вернуть времени потребительскую стоимость. Но для этого «свободное» время нужно реинвестировать и посвятить разным видам потребительской деятельности: путешествиям, культуре, спорту и т. д.

Досуг становится полем драматических противоречий, поскольку индивиды связывают свои надежды со свободой и, следовательно, с системой импульсивных желаний. Так досуг становится производственной и стоимостной категорией. Бодрийяр показывает, как парадигма труда экстраполируется на все время, включая время досуга. В своей теории симулякра он прослеживает, как города становятся обширными парками аттракционов. Современная экономика художественного капитализма (Жиль Липовецки и Жан Серуа) делает соблазнительными продукты потребления, дизайна, моды, кино и т. д. Производство/потребление все более тотально становятся олицетворением досуга. В заключение обращение к Андре Горцу позволит нам наметить выход из связки рабочего и досугового времени (оба *вынужденные*) через «революцию времени по выбору».

*более „культурного“,
когда пройдет некоторое
время и образование сде-
ласт свое дело, — это, как
я полагаю, роковая ошибка.
Дело в том, что обществу
потребителей неоткуда
узнать, как заботится о ми-
ре и вещах, принадлежа-
щих исключительно сфере
мировой ответственности.
Ведь оно ко всем пред-
метам относится в первую
очередь потребительски,
а все, к чему так относит-
ся, ждет гибель*

*Ханна Арендт,
Кризис в культуре*

Отходы культуры

В своем эссе «Кризис в культуре» 1954 года Ханна Арендт задается вопросом о происхождении массовой культуры в массовом обществе, той культуры, которая отныне потребляется в виде развлечения (*entertainment*), как и все прочие объекты потребления. Ее размышления приобретают еще большую актуальность сегодня, 60 лет после их публикации, в условиях, когда продукты, безостановочно предлагаемые досуговыми индустриями, стали для нас жизненной необходимостью: наша зависимость от экранов,

телефонов, потока изображений постоянно возрастает. То, что нам сегодня предлагается под вывеской «продукты культуры», — это уже не только и не столько книги, музыка и фильмы, сколько видеоигры, платформы сетевой торговли, фотоаппараты, компьютеры, смартфоны, тематические развлечения, «культурные каникулы», позволяющие «провести время», заполнить пустое время, пустое от «полезных» занятий, которым мы должны посвящать рабочее, а не свободное время.

Это «пустое» (скорее, чем «освобожденное») время. Однако это не время праздности, если понимать это слово, как делает Арендт, в резонансе с латинским *otium*’ом — временем, свободным от любого *negotium*,

...временем, когда мы свободны от всех беспокойств и дел, диктуемых жизненным процессом, и тем самым свободны для мира и его культуры¹.

Время досуга, следовательно, это время, которое «остается», время «остатков», время, свободное от труда и сна. Даже если эта остаточная часть времени изрядно выросла благодаря механизации и другим технологиям, труд, сон и досуг, будучи пассивными и/или развлекательными, продолжают составлять, по мнению Арендт, жизненный биологический процесс и относятся, следовательно, к сфере, по выражению Фуко, биовласти, занятой здоровьем, питанием, гигиеной, сексуальностью и рождаемостью, ставшими сегодня важными политическими проблемами², — одним словом, власти, заботящейся скорее о населении, чем о народе³.

В этой перспективе труд и досуг, хлеб и зрелища не противопоставляются друг другу, а взаимопроникают: обе стороны необходимы для жизни и самосохранения, обе должны постоянно производиться и воспроизводиться для поддержания бесконеч-

1. Арендт Х. Кризис в культуре // Арендт Х. Между прошлым и будущим. М.: Ин-т Гайдара, 2014. С. 302.
2. См. сжато о «биовласти» по Фуко: Revel J. Le Vocabulaire de Foucault. P.: Ellipses, 2002; *Idem*. Dictionnaire Foucault. P.: Ellipses, 2008. У самого Фуко: Foucault M. Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France, 1981–1982. P.: Gallimard-Seuil-EHESS, 2004; *Idem*. Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France, 1978–1979. P.: Gallimard-Seuil-EHESS, 2004.
3. Темпоральные различия, связанные с трудом, производением и действием, продуманы в: Arendt H. The Human Condition. Chicago: University of Chicago Press, 1958.

ного процесса производства/потребления. Культурным индустриям не нужна ни культура, ни *otium*, но досуг и время, постоянно опустошающееся и заполняющееся заново:

В любом случае до тех пор, пока индустрия развлечений производит собственные потребительские блага, у нас не больше оснований упрекать ее за недолговечность ее предметов, чем упрекать пекаря за то, что он производит блага, которые, чтобы они ни испортились, надо потратить сразу после изготовления⁴.

Очевидно, что в этих размышлениях находит свой отзвук понятие культурной индустрии, разработанное Теодором Адорно и Максом Хоркхаймером в «Диалектике разума»⁵. Они уже в 1944 году говорили о культурной отрасли как о «настоящем хаосе», который на деле тонко управляется различными техниками в контексте того, что в капиталистическом обществе

...сегодня культура на все накладывает печать единообразия. Кино, радио, журналы образуют собой систему. Каждый в отдельности ее раздел и все вместе выказывают редкостное единодушие⁶.

Творцы культурных индустрий могут, по Адорно и Хоркхаймеру, рассчитывать на фундаментальную рассеянность потребителя, готового поглотить все, что ему будет предложено, ибо он становится жертвой невероятного давления экономики, которое сказывается и на труде, и на моментах досуга, сходных с трудом. В развитом капитализме забава становится продолжением труда, а ищут ее, чтобы временно забыть о работе и вновь обрести силы и форму к моменту следующего столкновения с ней. Чтобы ускользнуть от засилья все более и более автоматизированного труда, индивид ищет убежища в столь же стандартизированных продуктах развлечения, по сути воспроизводящих сам трудовой процесс: отвлечься от трудового процесса на фабрике и в бюро оказывается возможным, только приспособившись, приладившись к нему на досуге. В этих условиях переход от удовольствия к скуке становится стремительным: чтобы остаться удовольствием, досуг должен не требовать никако-

4. Арндт Х. Указ. соч. С. 304.

5. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика просвещения. Философские фрагменты / Пер. М. Кузнецова. М.; СПб.: Медиум; Ювента, 1997.

6. Там же. С. 149.

го усилия, а реакции каждого практически должны быть предписаны самим продуктом потребления (а каком бы продукте ни шла речь). Для сценаристов голливудского кино само существование точного сюжета может представлять опасностью, поскольку он может ввести логические взаимосвязи, предполагающие со стороны зрителя слишком серьезные интеллектуальные инвестиции. Сюжет может быть с удобством заменен спецэффектами, все более специальными со времен внедрения 3D.

По Арендт, нам всем свойственна потребность в досуге и развлечениях в той или иной ее форме, поскольку мы все подчинены большому биологическому циклу производства-потребления, в который они входят. Отрицать власть над нами объектов простого развлечения было бы чистым лицемерием или тщетным снобизмом. По ее мнению, выживанию культуры угрожают не столько те, кто заполняет свободное (пустое) время развлечениями, сколько те, кто использует «образовательные гаджеты», чтобы улучшить свое социальное положение для вящего «отличия». Но современная досуговая индустрия должна постоянно выбрасывать на рынок новые товары, и, чтобы удовлетворить гаргантюэлевым аппетитам потребителя, она прочесывает все поле прошлой и настоящей культуры в поисках сырья, которое затем модифицирует, упрощает, «усваивает» (в биологически-пищеварительном смысле слова) для превращения его в продукты, легкие для употребления. Типичным примером здесь могут послужить бесчисленные кинематографические ремейки, которые как бы каннибалистически питаются историей самого кино.

О массовой культуре речь может идти, когда массовое общество поглощает предметы культуры, производя развлечения из отбросов культуры, продвигаемых самими раскрученными интеллектуалами, роль которых состоит в том, чтобы

...организовывать, распространять и изменять предметы культуры для того, чтобы убедить массы, что «Гамлет» может быть таким же развлекательным, как «Моя прекрасная леди», а возможно, и столь же поучительным⁷.

Проблема массового общества состоит поэтому не в массах самих по себе, а в его структуре, целиком нацеленной на потребление (времени, труда, культуры), при котором время досуга

7. Арендт Х. Указ. соч. С. 305–306.

служит уже не самосовершенствованию, не логике различения, проанализированной Пьером Бурдьё⁸, не укреплению своего социального положения, а тому, чтобы все больше потреблять и все больше развлекаться⁹. Когда потребительский аппетит направляется на предметы, изначально для него не предназначенные, он питается культурными объектами, которым — как и всему, к чему он прикасается, — он грозит разрушением. Опасность состоит в том, что жизненный общественный процесс поглотит в своем цикле переваривания-усвоения все объекты культуры, превратив их в простые «продукты». Нужно поэтому не просто подвергнуть критике массовое распространение культуры. Книги, фильмы, изображения, вынесенные на продажу по низким ценам или продаваемые оптом, не претерпевают изменений в их глубинной природе; но эта природа меняется, когда культурные объекты упрощаются, сокращаются, сжимаются для их воспроизведения и распространения в широком масштабе. В этом случае культура уже не распространяется в массах, а оказывается разрушенной, переработанной в легкий для усвоения продукт, который Арендт, не колеблясь, характеризует как трюху. Она пишет: «Многие великие авторы прошлого смогли пережить века забвения и отрицания, но еще неизвестно, смогут ли они пережить развлекательную версию своих посланий»¹⁰.

Радикально переосмысляются Ханной Арендт и взаимоотношения между культурой и политикой. Она разбирает их во второй части своего исследования, размышляя о месте культуры в греко-латинской традиции и в завершение анализируя кантовскую «Критику способности суждения». Хотя и всегда связанные друг с другом, культура и искусство вовсе не совпадают, напоминает нам Арендт: произведения искусства являются культурными объектами *par excellence*, но римское слово «культура» (производное от *colere* — культивировать, обживать(ся), заботиться, поддерживать, беречь, сохранять) отсылает, скорее, к отношениям человека с природой и даже к связи природы со специфической цивилизацией Рима, для которой культура обозначала прежде всего сельское хозяйство — поприще весьма престижное в отличие от искусств-ремесел (по крайней мере до начала греческого влияния). Господствующей в римском

8. Ср.: Bourdieu P. La Distinction. Critique sociale du jugement. P.: Les Editions de Minuit, 1979.

9. Арендт Х. Указ. соч. С. 310.

10. Там же. С. 306.

представлении о культуре и искусствах была парадигма «культивирования природы» — деятельности, близкой по характеру с сельским хозяйством в его способности обустраивать специфически человеческий мир. У греков же, напротив, само сельское хозяйство входило в область *tekhnê* — производства, технических ухищрений (куда входило и искусство), благодаря которым человеческая изобретательность одомашнивает и покоряет природу. В обеих традициях, согласно Арендт, элементом, общим искусству (как части культуры) и политике, было то, что оба они — феномены общественного и совместного мира, ускользающего как от чистого «потребления», так и от строго частной сферы. Тесная связь между эстетической областью и сферой политики становится очевидной у Канта в его «Критике способности суждения», где публичное измерение «суждения вкуса» становится основополагающим:

В эстетическом суждении ничуть не меньше, чем в политическом, принимается решение. И хотя эстетическое суждение всегда имеет некие субъективные основания в силу того простого факта, что каждый занимает свое собственное место, с которого он смотрит на мир и судит о нем, оно также основывается на том, что сам по себе мир есть объективно данное, нечто общее для всех его обитателей. В деятельности вкуса решается, как этот мир, независимо от его полезности и наших связанных с ним жизненных интересов, должен выглядеть и звучать; решается, что люди в нем увидят и услышат¹¹.

В целом, согласно Арендт, «культурный (или образованный) человек должен уметь выбирать себе компанию среди людей, вещей и мыслей в настоящем и в прошлом»¹², он должен знать, что банализация превращения культуры в развлечение неизбежно нанесет ей вред.

Труд и развлечения

Несколько лет спустя, в 1970 году, в своей едкой критике общества потребления¹³ Жан Бодрийяр посвятил главу своего ставшего знаменитым труда «драме досуга, или невозможности потратить время», в которой он проанализировал то приви-

11. Там же. С. 327.

12. Там же. С. 333.

13. Baudrillard J. La Société de consommation. P.: Denoël, 1970.

легированное и парадоксальное место, которое занимает время в организации и производстве/потреблении индустриальных обществ:

Существует, конечно, не больше равенства шансов, демократии в отношении свободного времени, чем в отношении всех других благ и услуг¹⁴.

Качество и количество свободного времени становятся, таким образом, отличительной чертой индивида, социoproфессиональной категории. Согласно Бодрийяру, современная мифология свободного времени и досуга основана на иллюзорном желании «вернуть времени его потребительскую стоимость», чтобы «наполнить» его индивидуальной свободой, якобы обретенной вне принудительных рамок производства и труда. Но это освобожденное (или опустошенное, как мы можем назвать его вслед за Арендт) время должно быть сразу *инвестировано* и *реинвестировано* (как одна из форм капитала наряду с прочими) в различные виды деятельности по потреблению (путешествия, туризм, культурные и «образовательные» мероприятия, спортивные события и т.д.), которые превращают досуг в место разворачивания драмы и неразрешимых противоречий, в одно из типичных мест той «шизофрении», которую Делёз и Гваттари обозначили как главный признак капитализма:

Горячая надежда на свободу свидетельствует о силе системы принуждений, которая нигде не является такой поистине тотальной, как на уровне времени¹⁵.

Меновая (а не потребительская) стоимость времени, следовательно, вовсе не обходит досуг, который беспрестанно воспроизводит время как производительную силу.

Бодрийяр вернется к этой тематике в 1976 году в «Символическом обмене и смерти»¹⁶. Здесь он подвергает резкой критике вездесущий характер парадигмы труда, применяемой к любым видам человеческой деятельности:

Теперь взаимозаменяемым сделался сам трудовой процесс: это подвижная, поливалентная, прерывистая структура инте-

14. Бодрийяр Ж. Общество потребления. М.: Республика. С. 132–133.

15. Там же.

16. Baudrillard J. L'Echange symbolique et la mort. P.: Gallimard, 1976.

грации, безразличная к какой бы то ни было цели, даже и к труду в его классическом операторном понимании¹⁷.

Этот процесс захватывает всю человеческую жизнь, даже (а теперь и прежде всего) в форме досуга. Этот захват может принимать форму агрессивного присутствия или же, напротив, навязчивого отсутствия, фундаментального насилия или тотального *занятия*. Согласно Бодрийяру, в этой всеобщей мобилизации, сегодня все больше принуждающей к кочевничеству и мобильности, индивиды парадоксальным образом везде закреплены, закрепошены: в школе, на фабрике, в бюро, на пляже или в горах, перед экранами своих компьютеров, в нескончаемом диалоге, монологе со своим мобильником, с сотрудниками бюро по трудоустройству... Везде налицо тяга к смерти, едва скрытая за повсеместными знаками жизненности, активности и динамизма, не оставляющими ни одно место подлинно свободным. Бодрийяр отдавал себе полный отчет в изменениях, которые труд претерпевает сегодня и еще больше претерпит завтра:

...профессиональное обучение, автономия и самоуправление, децентрализация трудового процесса — вплоть до калифорнийской утопии кибернетизированного труда, выполняемого на дому¹⁸.

Однако он не видел в этих процессах никаких ресурсов для освобождения. Он усматривал в них, скорее, метаморфозу каждого индивида в некий, пусть крошечный, терминал безупречной сети, которая уже не довольствуется грубой покупкой рабочей силы, а тонко формирует ее, используя ресурсы дизайна, маркетинга, коммуникации, PR и рекламы. Если мы привыкли усматривать в сфере потребления расширение области производства/потребления, то следует, скорее, сделать обратное: вся сфера производства, труда теперь превращается в сферу потребления, в «общий дизайн жизни». Даже творчество, воображение, желания работников/производителей ныне впитаны в сферу стоимости, которая является уже не просто меновой, но «расчетной», сведенной к определенному числу переменных и случайных величин.

Все виды труда оказываются ориентированы на одно определение труда/услуги и сравниваемы только с ним — с трудом как постоянной занятостью, иногда абсолютно тщетной и непродук-

17. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Пер. С. Зенкина. М.: Добросвет, 2000. С. 48.

18. Там же.

тивной, с трудом как затратами или вложением времени, требующего участия тела, времени, пространства, ума и желания работника (или безработного), теперь ставшего «поставщиком услуги». Труд становится, таким образом, полным вовлечением-аннексией личности, которая все меньше может позволить себе отлучиться, отвлечься — и прежде всего в своих досуговых деятельности, которым полагается подпитывать производство и участвовать в бесконечном росте, не имеющем теперь никакой иной цели, кроме как самовоспроизводиться (в том бессмысленном и чудовищном биологическом цикле, который описывает Арендт). Бодрийяр замечает: «В этом смысле труд больше не отличается от других видов практики, в частности от своей противоположности — свободного времени»¹⁹, предполагающего такую же непрерывную мобилизацию, и становится по сути такой же «оказанной услугой», которая, строго говоря, должна была стать платной.

В тот момент, когда исчезают заводы (по крайней мере в одной части планеты), все общество приобретает облик завода. В этом исчезновении мест, субъектов и социальных времен, традиционно отведенных для труда, каждый оказывается вовлеченным в метаморфозу, распространяющую логику капитала на все общество, на деятельность и досуг каждого: «Труд — повсюду, потому что труда больше нет»²⁰.

Эстетизация мира

Так назвали свою недавнюю работу социолог Жиль Липовецкий и литературный, кино- и гастрономический критик Жан Серуа, изучившие и проанализировавшие обширный эстетический универсум, производимый «художественным капитализмом» (*capitalisme artiste*), который заряжает соблазном все продукты потребления, дизайна, моды, кинематографа и т.д. и при котором само производство/потребление все более и более глобально обретают облик досуга и наоборот. За этой привлекательной поверхностью железные законы капитализма несколько не утратили своей брутальной принудительности. Эстетизация, за которую та прячется, уже не остается уделом интеллектуальной и художественной элиты (как это было вплоть до XIX века), а стала подлинным «тотальным социальным фактом». Продавать больше означает соблазнять потребителей, предлагая им привлекатель-

19. Там же. С. 53.

20. Там же. С. 54.

ные продукты и услуги и прибегая к помощи самых разнообразных «художников» (маркетологов, дизайнеров, криэйторов и т. д.).

Липовецкий и Серуа тем самым отмечают парадоксальное измерение современного капитализма (глубокая «шизофрения» которого давно известна). С одной стороны, капитализм предстает как система, совершенно не совместимая с эстетической жизнью в широком смысле слова, включающем в себя гармонию, красоту, искусство жить: он распространяет по всему миру холодные и однообразные городские пейзажи, необъятные торговые зоны, товары одноразового пользования, взаимозаменяемые продукты, визуальный рекламный мусор и вульгарность медиа. С другой стороны, логика производства изменилась, и системы производства, распределения и коммуникации преобразуются с помощью действий, носящих характер вполне эстетический: «художественный капитализм» придает все больше веса ощущениям, соблазняющему ресурсу товаров, чьи эстетика, воображаемое, эмоциональный заряд ставятся на службу прибыли. Происходит постепенная диверсификация и гибридизация экономических и эстетических сфер, приемов моды и приемов искусства, развлечения и культуры, коммерции и творчества. Принципы эстетического существования (идеал неспешной и беззаботной жизни, культура праздности, новых ощущений, развлечений), таким образом, систематически входят в противоречие с экономической и социальной реальностью, в которой каждый подчинен императивам здоровья, эффективности, мобильности, скорости и успешности, обременен заботами о будущем планеты и о хаотичности экономики, безразличной к проблемам как экологии, так и нищеты:

Эстетическое производство бурно распространяется, но искусство жить, уязвленное в своей сути, оказывается под угрозой.

Мы потребляем все больше красот, но наша жизнь не становится краше: в этом состоит успех и провал художественного капитализма²¹.

Эстетическое изобилие вовсе не означает роста ценности искусства, поскольку эта система производит в то же время избыток банального и стереотипного и поскольку искусство все меньше выполняет политическую миссию и задачи по эмансипации и образованию и все больше становится чередой игровых «экспериментов» по потреблению и развлечению, «триумфом мелкого и излишнего».

21. *Lipovetsky G., Serroy J. L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. P: Gallimard, 2013. P. 32.

Один из явных знаков этого феномена Липовецкий и Серруа обнаружили в преобразовании центров некоторых городов в парк аттракционов. Человек XXI века становится горожанином, обитателем все более негостеприимных городов. При этом индустриальный город эпохи «производственного капитализма» уступает место городу потребительскому²²: распространяются «торговые города» (*villes franchisées*²³), в которых торговые зоны преобразуют городской и околгородской пейзаж; «праздничные города», созданные для удовольствий и развлечений; «города-музеи», идущие на нарочитое выпячивание исторического наследия в интересах туризма и музеификацию своего пространства.

Работая над теорией симулякра, Бодрийяр прежде многих социологов и урбанистов подверг анализу это превращение городов в парки аттракционов. Тонкий знаток американских городов, он увидел в Диснейленде совершенную модель переплетения симулякров разных порядков; воображаемый мир, отражающий все парадоксы реальной Америки; анклав, призванный заставить забыть, что весь окружающий его мир принадлежит уже не «реальному» миру, а порядку гиперреального и симулятивного. Этот анализ «городского очарования», произведенного лос-анджелесскими «фабриками по производству воображаемого», мог быть применен и к «превращению-в-город-аттракцион» и других городов, например многих «глобальных городов»: здесь можно упомянуть Лас-Вегас, город, подчиненный ритму развлечений, город программной и зрелищно-эффектной архитектуры²⁴, и Дубай, этот «Лас-Вегас на воде», место, где осуществлены «перевод культуры, освобожденной от своего содержания, и трансплантация натуры без всякой натуры»²⁵, город, целиком отданный туристам и «услугам по созданию атмосферы»²⁶. Однако сегодня возвращение к «настоящей» пустыне угрожает мегалополисам, порожденным «пустыней реального», «городским очарованием», в которых проявляются все противоречия современного капитализма (сближение труда и досуга, преклонение перед природой и разрушение окружающей среды...) и в кото-

22. Ср.: La ville à consommer // Lipovetsky G., Serroy J. Op. cit. P. 326–337.

23. Понятие *ville franchisée* было введено урбанистом Давидом Манженом: Mangin D. La Ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine. P.: Editions de la Villette, 2004.

24. Bégout B. Zeropolis. L'expérience de Las Vegas. P.: Editions Allia, 2002.

25. Cusset F. Questions pour un retour de Dubaï // Davis M. Le Stade Dubaï du capitalisme. P.: Les Prairies ordinaires, 2007. P. 67.

26. Ibid. P. 71.

рых огражденные и охраняемые пространства становятся пространственно-временной моделью одновременно для привилегированных жилых анклавов, для торговых центров и для парков аттракционов в масштабах всего города.

В 2010 году это «превращение-городов-в-парки-аттракционов» стало предметом великолепной выставки «*Dreamlands*. От парков аттракционов к городам будущего» в парижском Центре Помпиду. Здесь было представлено несколько типов таких городов. «Тематический город-парк» восходит к понятию *imagi-neering*, разработанному Уолтом Диснеем в начале 1950-х годов. *Imagineering* — это инженерия воображаемого, применяющая к воображению подходы, присущие производственному процессу. Архитектурная программа уже не подчиняется ни требованиям удобства общежития, ни творчеству новых форм, служащих различным функциям (согласно модернистскому проекту в архитектуре и дизайне XX века), но подчинена рамкам некоего повествования, вымысла, некоей истории, элементам второстепенным, но необходимым для того, чтобы «художественный капитализм» мог продать свои товары. Эти принципы отныне применяются в развитии целых городов (Лас-Вегаса, Шанхая, Дубая) при растущем взаимопроникновении реальности и фикции, производства/потребления и досуга:

Лас-Вегас преобразовал искусственный рай в рай искусности. С помощью огромной массы игр и рекламы он превратил трансцендентность банального в торговлю чудесным²⁷.

По поводу Дубая Франсуа Кюссе, комментируя Майка Дэвиса, говорит о «леденящем жаре»²⁸: за впечатляющими сооружениями, роскошными отелями, вырастающими, как грибы, за реорганизацией всей экономики вокруг туризма и развлечений развитый капитализм укрепляет свойственное ему соотношение сил. Вся эта роскошь производится дешевой рабочей силой из Пакистана, Бангладеш, Южной Индии, руками бесчисленных слуг, приехавших из Филиппин и Индонезии. На примере Дубая Майк Дэвис наглядно показывает три характерные формы нового досугового урбанизма: трансляцию, трансплантацию и вклинивание. Трансляция-перевод элементов, заимствованных с Запада, которые должны стать более видными, более непосредственно заметными (ночные бары с лабиринтовым ин-

27. Bégout B. Op. cit. P. 64.

28. Cusset F. Op. cit.

терьером, роскошные рестораны, дорогие машины); трансплантация в той мере, в которой природа уже не существует, а пустыня появляется только в промежутках между двумя стройками (все продовольствие производится вне городов, вода для бассейнов искусственно нагревается или охлаждается, когда морская вода слишком тепла; пальмы привозятся из других стран); организация городского пространства как серии охраняемых анклавов. В этих условиях туризм является уже не одним видом досуга среди прочих, но самым *raison d'être* для существования всего городского пространства, отданного неограниченному потребительскому наслаждению. Происходит взаимоналожение досуга и производства/потребления, при котором публичные пространства исчезают из города, а союз зрелого капитализма и тотального развлечения не оставляет никакого места для политики.

За цивилизацию освобожденного времени

Изложенное должно было ясно показать, что вопрос досуга и культуры неразрывно связан в современном капитализме с промышленным производством, его ритмами, а также с ритмами и темпоральностью труда. Досуг заполняет «свободное время», подверженное все более расщепленным темпоральностям, которые должны претерпевать работники. Он становится первой вожаделенной целью тех, чье «пустое время» заполнено отчаянной чередой мелких заработков без возможного продолжения или бесконечной переквалификации, единственной задачей которой становится занять хоть чем-то безработных. Выходом из этого порочного круга, избалованного уже в 1940-е годы Адорно и Хоркхаймером, могла бы стать полная реорганизация времени жизни и времени работы. Липовецкий и Серуа говорят о двух очень различных формах или версиях «эстетической жизни»: одна диктуется ускорением, производством, потреблением, досугом и поиском выгоды, тогда как другая претендует на существование, склонное открывать для себя новые возможности замедления, способы освоить долгое время обучения и культуры, избежать чисто экономической логики.

Именно эту вторую версию «эстетической жизни» отстаивает Андре Горц, философ труда и экологии. В статье 1993 года «Строить цивилизацию освобожденного времени»²⁹ Горц осудил

29. Она вошла в сборник: *Bâtir la civilisation du temps libéré*. P.: Le Monde diplomatique / Les liens qui libèrent, 2013.

мантроподобный дискурс политиков и экономистов, безостановочно повторяющих, что после *кризиса* возвращение к *росту* положит конец безработице. Оба слова, «кризис» и «рост», уже не соответствуют никакой экономической реальности, но с начала 1980-х годов кочуют из речи в речь. Горц напоминает, что главной задачей экономики является не снабдить всех работой и не создавать рабочие места, а создать максимальное богатство с помощью минимума сырья, капитала и труда. Экономика производит сегодня возрастающее количество времени, освобожденного от экономического принуждения, то самое время, которое культурные индустрии и «художественный капитализм» пытаются заполнить всевозможными средствами. Этот бесценный ресурс рассматривается то как способ подстегнуть экономический рост, то как источник социальных бед, особенно безработицы. Никто, кажется, не рассматривает всерьез новую перспективу, которая открывается перед нами в виде того, что можно назвать цивилизацией освобожденного времени.

Идея сокращения рабочего времени мыслится Горцем не как технократическая мера по распределению труда и зарплаты (которая должна уменьшиться пропорционально сокращению работы по найму) с целью снижения безработицы. Утопия Горца вполне конкретно предусматривает систематическое сокращение длительности работы без потери заработка. В самом деле, когда экономика потенциально в состоянии производить больше и лучше при сокращении труда, уровень дохода каждого не должен зависеть от количества вложенного им труда; напротив, политика перераспределения богатств должна позволить всем работать меньше. Это политическое видение должно вписаться в долговременную перспективу (противоположную близорукой политике быстрого успеха, свойственную современной политике) и с необходимостью подразумевает двойной источник дохода: зарплату, которая будет уменьшаться с сокращением рабочего времени, и социальное «пособие на существование», размер которого будет возрастать по мере уменьшения зарплаты. Эта «революция времени по выбору», связанная с введением универсального гарантированного пособия, не может свестись к одной мере, к одной модальности, навязанной работникам сверху (25- или 30-часовая рабочая неделя и т.д.), но должна предложить широкий выбор модальностей, которые уже, кстати, экспериментируются в разных странах: сокращение рабочего времени (будь то в день, неделю, месяц или год), право на «саббатикал» раз в пять лет, право на отпуск по воспитанию ребенка, отпуск

для индивидуального образования, оплачиваемый отпуск по уходу за больным родственником или больным ребенком и т. п.

Предлагается, таким образом, подлинное управление временем самими работниками, которое могло бы позволить приспособить периоды освобожденного времени к индивидуальному проекту или ситуации каждого. Такой вариант представляется единственным решением, позволяющим избежать, чтобы это время свелось к пустому или опустошенному времени, эксплуатируемому индустриями развлечения и досуга. Освобождение времени призвано не умножать новые рабочие места и услуги, а релятивизировать место экономического фактора в организации индивидуального и коллективного времени. Целью видится создание нового равновесия между наемным трудом и продуктивной неоплачиваемой деятельностью (сеть солидарной экономики, кооперативные структуры, клубы по культурным интересам), нового расклада между «быть» и «иметь», где время уже не будет ни переполненным (для работников, поставленных под пресс продуктивизма и эффективности), ни слишком пустым (для безработных) и где растущая автономия и экзистенциальная безопасность позволили бы каждому выскользнуть из социального времени безмерного консумеризма и труда в угоду мифу о росте. Это время можно будет инвестировать в создание коллективного, множественного и устойчивого мира, в котором Арендт видела сущностную характеристику культуры.

Литература

- Arendt H. *The Human Condition*. Chicago: University of Chicago Press, 1958.
- Bâtir la civilisation du temps libéré. P.: Le Monde diplomatique / Les liens qui libèrent, 2013.
- Baudrillard J. *L'Echange symbolique et la mort*. P.: Gallimard, 1976.
- Baudrillard J. *La Société de consommation*. P.: Denoël, 1970.
- Bégout B. *Zeropolis. L'expérience de Las Vegas*. P.: Editions Allia, 2002.
- Bourdieu P. *La Distinction. Critique sociale du jugement*. P.: Les Editions de Minuit, 1979.
- Cusset F. *Questions pour un retour de Dubaï* // Davis M. *Le Stade Dubaï du capitalisme*. P.: Les Prairies ordinaires, 2007.
- Foucault M. *Naissance de la biopolitique*. Cours au Collège de France, 1978–1979. P.: Gallimard-Seuil-EHESS, 2004.
- Foucault M. *Sécurité, territoire, population*. Cours au Collège de France, 1981–1982. P.: Gallimard-Seuil-EHESS, 2004.
- Lipovetsky G., Serroy J. *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. P.: Gallimard, 2013.
- Mangin D. *La Ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*. P.: Editions de la Villette, 2004.
- Revel J. *Dictionnaire Foucault*. P.: Ellipses, 2008.
- Revel J. *Le Vocabulaire de Foucault*. P.: Ellipses, 2002.

- Арендт Х. Кризис в культуре // Арендт Х. Между прошлым и будущим. М.: Ин-т Гайдара, 2014.
- Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и прим. Е. А. Самарской. М.: Культурная революция; Республика, 2006.
- Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Пер. С. Зенкина. М.: Добросвет, 2000.
- Хоркхаймер М., Адорно Т. Дialeктика просвещения. Философские фрагменты / Пер. М. Кузнецова. М.: СПб.: Медиум; Ювента, 1997.

The Aesthetic Stage of Production/Consumption and the Revolution of a Chosen Temporality

Manola Antonioli. PhD in Philosophy, Professor of Philosophy at the Laboratory for Philosophy, Architecture and Urban Research (GERPHAU) of the Higher National School of Architecture of Paris La Villette. Address: 3–15 quai Panhard et Levassor, 75013 Paris, France.
E-mail: antonioli.manola@wanadoo.fr.

Keywords: culture; entertainment; temporality; capitalism; consumption; leisure.

The article follows the current evolution of culture into entertainment, which results in a loss of the political dimension of arts and culture (following Hannah Arendt). In his sharp critique of *Society of consumption*, Jean Baudrillard analyzes the paradox of the privileged place allocated to *time* in the organization of industrial society. He notes that the distribution of chances for free time is as skewed as the distribution of other types of welfare. The quality of *free time* is a distinguishing feature, a kind of *distinction* (Pierre Bourdieu). Contemporary myths about free time and leisure are based on an illusory desire to *return use*

value to time. Yet this *free time* should be reinvested and dedicated to various types of consumer activities: tourism, culture, sports. Leisure becomes a field of dramatic contradictions, as individuals turn their hope towards freedom, and thus towards a system of compulsions.

Thus, leisure also becomes a category of costs and production. Baudrillard later denounces the omnipresent nature of labor as a paradigm for all types of human activity, including leisure. In his theory of simulacrum, Baudrillard analyzed the transformation of cities into amusement parks. Gilles Lipovetsky and Jean Serroy built a theory about the growing world of aesthetics, produced by *art capitalism*. Production/consumption are increasingly taken to be the manifestations of leisure. The article will focus on a few key figures of *art capitalism*, especially those in the spheres of design and city-branding. Finally, André Gorz will help us to sketch a way out of the coalition of working and leisure time (where both are *strained*) through a *revolution of chosen time*.

References

- Arendt H. Krizis v kul'ture [The Crisis in Culture]. *Mezhd u proshlym i budushchim. Vosem' uprazhnenii v politicheskoi mysli* [Between Past and Future: Eight Exercises in Political Thought] (trans. D. Aronson), Moscow, Gaidar Institute Publishers, 2014.
- Arendt H. *The Human Condition*, Chicago, University of Chicago Press, 1958.
- Baudrillard J. *L'Echange symbolique et la mort*, Paris, Gallimard, 1976.
- Baudrillard J. *La Société de consommation*, Paris, Denoël, 1970.
- Baudrillard J. *Obshchestvo potrebleniia. Ego mify i struktury* [La Société de consommation. Ses mythes, ses structures] (trans. E. A. Samarskaia),

- Moscow, Kul'turnaia revoliutsiia, Respublika, 2006.
- Baudrillard J. *Simvolicheskii obmen i smert'* [L'Echange symbolique et la mort] (trans. S. Zenkin), Moscow, Dobrosvet, 2000.
- Bégout B. *Zeropolis. L'expérience de Las Vegas*, Paris, Editions Allia, 2002.
- Bourdieu P. *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Editions de Minuit, 1979.
- Cusset F. Questions pour un retour de Dubaï. In: Davis M. *Le Stade Dubaï du capitalisme*, Paris, Les Prairies ordinaires, 2007, pp. 40–87.
- Foucault M. *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France, 1978–1979*, Paris, Gallimard-Seuil-EHESS, 2004.
- Foucault M. *Sécurité, territoire, population. Cours au Collège de France, 1981–1982*, Paris, Gallimard-Seuil-EHESS, 2004.
- Gorz A. *Bâtir la civilisation du temps libéré*, Paris, Le Monde diplomatique / Les liens qui libèrent, 2013.
- Horkheimer M., Adorno T. *Dialektika prosveshcheniia. Filosofskie fragmenty* [Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente] (trans. M. Kuznetsov), Moscow, Saint Petersburg, Medium, Iuventa, 1997.
- Lipovetsky G., Serroy J. *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, 2013.
- Mangin D. *La Ville franchisée. Formes et structures de la ville contemporaine*, Paris, Editions de la Villette, 2004.
- Revel J. *Dictionnaire Foucault*, Paris, Ellipses, 2008.
- Revel J. *Le Vocabulaire de Foucault*, Paris, Ellipses, 2002.

Брендинг «я»
в эпоху эмоционального
капитализма
*Эксплуатация
«просьюмеров»
от риторики
double-bind
к гегемонии
исповеди*

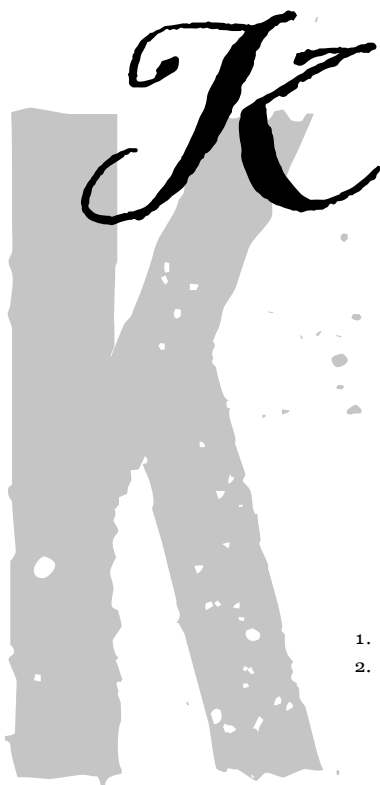
Нелло Бариле

Доктор коммуникационных наук, управления ресурсами и процессами развития, профессор по теории медиа и социологии культурных процессов в Свободном университете языков и коммуникаций (IULM).
Адрес: 1 Via Carlo Bo, 20143 Milano, Italy.
E-mail: nello.barile@iulm.it.

Перевод с итальянского
Инны Кушнаревой.
Публикуется с любезного
разрешения автора.

Ключевые слова: просьюмер; отношения бренд–потребитель; *double-bind*; похищение идентичности; эмоциональный капитализм.

Статья ставит задачей исследовать движение от «когнитивного» к «эмоциональному» капитализму через культурологический



Концепция просьюмера (*prosumer*), столь часто используемая сегодня для описания стихийного производства в *Web 2.0*, на самом деле имеет гораздо более долгую историю и восходит к эпохе, которую можно назвать доцифровой. Уже в первой формулировке Элвина Тоффлера¹, а позднее в идее потребления как «производства второго уровня»² ощутимо было желание описать процесс демассификации и освобождения потреби-

1. См.: Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002.
2. См.: Де Серто М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / Пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной; под науч. ред. К. Ермошиной. СПб.: Издательство ЕУСПб, 2013.

анализ потребления и коммуникации. Неомарксистская модель, при всей своей устремленности к «всеобщему труду» и *general intellect*, ориентировалась на рабочего, теперь же его место заступил просьюмер (Элвин Тоффлер, Филипп Дженкинс) как средоточие новой тотализирующей эксплуатации мира эмоций и отношений. Для анализа когнитивной эксплуатации потребителей может быть продуктивным применение паттерна *double bind* (Бейтсон), иллюстрирующего взаимоотношения между брендом (матерью) и потребителем (ребенком) и объясняющего шизофрению отсутствием коммуникации между матерью и ребенком. Модель *double bind* можно перенести на отношения между брендом («мать») и потребителем («ребенок»). С одной стороны, воображаемое потребителя населено мировыми брендами, с другой же, он сам становится жертвой кражи идентичности.

Динамика *double bind* предвосхитила пришествие юзера как главного действующего лица цифровой эры, вовлекая его как в процесс освобождения и самовыражения, так и в гиперэксплуатацию. С распространением Web 2.0 ориентацию на прежнего «потребителя» сменил «культ любителя-знатока». Новая эпоха власти брендов реализуется через социальные сети, поскольку весь современный маркетинг включен в новую тотализирующую среду. Именно поэтому проанализированный Мишелем Фуко институт исповеди может рассматриваться как смысловой центр новой формы капитализма, основанной на сложных отношениях между эмоциями, отношениями и опытом. Произошел поворот от гегемонии брендов, которые демократически испытывались потребителем, пополняя его опыт, к возможности мобилизации эмоций пользователя как соревновательного ресурса на мировом рынке идентичностей.

теля, который постепенно становится активным производителем. Только начиная с 1990-х годов концепции просьюмера пришлось столкнуться с так называемым тотальным брендированием (*total branding*). Иными словами, произошло постепенное расширение маркетинга, связей с общественностью, скоординированного создания/управления имиджем, рекламы, культурных событий и т.д., вторгшихся в общественное пространство и абсорбировавших его ценности, практики, контент, отношения и пр.

Лишь последующие крупные изменения, вызванные широким распространением социальных медиа, или так называемых социальных сетей, привели к переносу некоторых процессов, прошедших испытания в «лабораториях потребления», в область цифровой коммуникации. Более того, при внимательном рассмотрении становится очевидным, что все те характеристики, которые теперь приписываются Web 2.0, в том числе логика участия, легкость в использовании, «открытая» структура и в особенности пользовательский контент (*user generated content, UGC*), в какой-то мере присутствовали уже в 1990-е годы, то есть в период первоначальной экспансии веба. Весь этот ком-

плекс характеристик был так или иначе подготовлен в рамках контекста, который я назвал бы экстрацифровым, — потребления и так называемого неконвенционального маркетинга (доверительного, партизанского, племенного, вирусного и т.д.). Конечно, эти виды маркетинга были интегрированы в веб для усиления их эффективности, но в своем функционировании они могут обходиться без цифровых технологий. Все это показывает, что развитие нового *Web 2.0* усиливает центральную роль потребления в экспансии нового когнитивного капитализма. Более того, мы можем утверждать, что в гораздо большей степени, чем постфордистские трансформации, эти новейшие концепции потребления представляют собой квинтэссенцию когнитивной эксплуатации.

1. Вначале был *double bind*:

к критике постмодернистского потребления

Наша жизнь заполнена брендами, которые являются не только предметами потребления, но и системами символического, аффективного обмена, иногда инструментами включения и признания, а иногда — предложением для социального исключения. Замечательная экранизация «Бойцовского клуба» Дэвидом Финчером в 1998 году — полезный инструмент для понимания развития современного общества потребления и когнитивной власти глобальных брендов. Главный герой фильма в исполнении Эдварда Нортон — типичный представитель американского среднего класса. Хорошая работа, не дающая никакого творческого стимула, — тот фундамент, на котором герою удастся построить карьеру идеального одиночки. Мистер «одна порция» — и вправду превосходная мишень для системы современных брендов, поскольку вся его жизнь определяется стилем, который они предлагают. Памятная сцена, в которой камера проплывает по квартире, совершенно идентичной страницам каталога *ИКЕА* (со множеством этикеток и скидок, представленных в наплыве), — яркий символ когнитивной зависимости героя от искусственного мира, сконструированного брендами. Фиксация на мире *ИКЕА* меняет когнитивную структуру главного героя. Но подчинение прерывается, когда его альтер эго разносит квартиру, обставленную по рецептам нового скандинавского дизайна, в щепки. Катастрофическое для психологии персонажа событие разбивает его мечту о социально приемлемой жизни, и он восклицает: «Еще немного — и все было бы в комплекте!»

С первых же шуток становится понятно, сколь силен смутный внутренний дискомфорт героя. Он пытается заглушить боль посещением групп смертельных больных, будучи неспособен ее ни осознать, ни преодолеть. Когнитивным ответом на эту проблему становится появление альтер эго — точной негативной проекции идентичности, которая благодаря своим антикапиталистическим заветам даст жизнь и заложит идеологический фундамент нового сообщества «Бойцовский клуб». Реакция на «МакМир»³, стерший все следы экзистенциальной аутентичности, через борьбу и боль архаической практики бокса без перчаток дает своим adeptам возможность пережить краткие мгновения «подлинной» жизни. Фильм не является лишь метафорой болезни современной цивилизации или обвинительным актом, разоблачающим потребительское рабство, как того хотелось бы некоторым. Он рассказывает о более сложном и примечательном явлении.

Теории, настаивавшие в 1990-е годы на мутации потребления, исходили из того, что потребителя невозможно втиснуть в сетку предзаданных социальных категорий, в особенности в прокрустово ложе закрытой и завершенной идентичности. В терминах поздней деконструкции «новый», постмодернистский, потребитель по определению полиидентичен; это исчезающий, противоречивый субъект, некий субъект-сообщество. В основе всех этих концепций лежит допущение, что объяснительной парадигмой потребительской культуры является шизофрения. Это допущение, сделанное еще в 1980-е на примере телевизионного потребления⁴, сегодня нуждается в другой схеме, которая преодолела бы рамки энтузиазма делёзианцев-гваттарианцев по поводу шизофреника как революционного субъекта, способного противостоять паранойе системы контроля. Гораздо полезнее здесь может оказаться интерпретативная схема, с большим успехом использовавшаяся в истории коммуникации⁵, а затем в антропологических теориях потребления. Как заметил Ванни Коделуппи⁶, такая концепция дает ключ к парадоксальной природе потребления.

3. Barber B. Jihad vs. McWorld: Terrorism's Challenge to Democracy. How Globalism and Tribalism are Reshaping the World. N.Y.: Ballantine Books, 1996.
4. Jameson F. Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism. Durham, NC: Duke University Press, 1991.
5. Watzlawick P. A Review of the Double Bind Theory // Family Process. 1963. Vol. 2. № 1. P. 132–153.
6. Codeluppi V. Manuale di Sociologia dei consumi. Roma: Carocci, 2006.

Теория «двойного послания» (*double bind*) исходит из анализа Грегори Бейтсоном логических типов Бертрана Рассела, который четко различал класс и содержащиеся в нем элементы. Однако эта четкая формализация, согласно Бейтсону, постоянно нарушается потоками повседневной коммуникации, где часто происходит смешение логических типов и нарушение иерархии, структурирующей дискурс. Так, существует физиологический уровень *double bind*, который люди каждодневно испытывают на себе. Но когда это нарушение становится систематическим и в особенности проявляется в отношениях между матерью и ребенком, оно вызывает шизофреническую патологию. Эго-функция определяется как «процесс различения коммуникативных модальностей как во внутриличностной, так и в межличностной коммуникации». Шизофреник демонстрирует слабость в трех областях такого функционирования:

- а) он сталкивается с трудностями в приписывании правильной коммуникативной модальности сообщениям, которые он получает от других;
- б) он сталкивается с трудностями в приписывании правильной коммуникативной модальности сообщениям, посредством которых он сам вербально или невербально обращается к другим;
- в) он испытывает трудности в приписывании правильной коммуникативной модальности собственным мыслям, ощущениям и восприятиям⁷.

Производство метафор — ключ к разрешению конфликта, вызванного этими коммуникативными помехами, но метафоры шизофреника отличаются от обычно используемых в языке.

Особенность шизофреника не в использовании метафор, но в использовании метафор без опознавательных различий; он испытывает особые затруднения с использованием сигналов того класса, члены которого квалифицируют логический тип других сигналов⁸.

Неспособность классифицировать жанр и природу сообщения, полученного или отправленного, — симптом патологии, которой можно приписать разные коннотации. «Двойное послание» мо-

7. Бейтсон Г. К теории шизофрении // Бейтсон Г. Экология разума. М.: Смысл, 2000. С. 171.

8. Там же. С. 171–172.

жет вести, в зависимости от задействованных переменных, как к шизофрении, так и к гебефрении или паранойе.

На одном конце этой шкалы будут находиться более или менее гебефренические индивидуумы, не относящие никакое сообщение ни к какому определенному типу и живущие наподобие бездомных собак. На другом конце находятся те, кто пытается сверхидентифицировать, то есть очень жестко идентифицировать тип сообщения. Это дает картину параноидального типа⁹.

Среди преобладающих причин шизофрении нет травмы, пережитой в детском возрасте, но есть постоянно повторяющийся изъян коммуникации между матерью и ребенком. Связь, которая может установиться в метафорическом плане между двумя и более людьми или даже между институтами и индивидами. Еще одна характерная черта, необходимая для того, чтобы осуществилось данное условие: предполагаемая жертва должна ощущать мощную экзистенциальную интенсивность и неотвратимость этого состояния. *Double bind* производит проблематическую ситуацию без очевидного решения: логический и прагматический тупики, которые оказывают губительное воздействие на психологию ребенка, разрушая его способность различать реальное и воображаемое, отличать «себя от других». Бейтсон считал, что подобная динамика проявляется во многих сферах повседневной жизни — в юморе, игре, поэзии, обряде...

Рассуждение о *double bind*, таким образом, позволяет нам понять имматериальную и когнитивную суть потребления. Слово «потребление» сначала применялось для обозначения сугубо материальной деятельности по разрушению товара, хотя в начале XIX века использовалось даже для обозначения опустошительного воздействия некоторых дегенеративных болезней¹⁰. Сегодня оно превращается в своего рода «ментальное одеяние», способ познания и воздействия на мир. Его фундаментальная суть дана в отношениях включения и исключения, которые производятся тем или иным конкретным брендом или товаром. При внимательном рассмотрении эти отношения выходят за рамки деятельности по приобретению/использованию/разрушению какого-то блага. В этом смысле власть бренда предшествует

9. Он же. Эпидемиология шизофрении // Экология разума. С. 168–169.

10. Rifkin J. The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era. Los Angeles: Tarcher/Putnam, 1996.

самому акту приобретения и в определенной мере расширяет действия логики потребления, которая теперь затрагивает не одну-единственную транзакцию, а метаэкономические отношения, на которых основывается экономический обмен. Это относится к власти даже не какого-либо конкретного бренда, но некоторого их множества, которое, собственно, и образует «систему». Выражая взгляд на какую-либо проблему, они демонстрируют общую риторику, которая может меняться в зависимости от исторического времени и места. Утверждение системы глобальных брендов представляет собой момент чистого разрыва с предшествующими стадиями. Оно указывает на уникальный союз с системой коммуникации и демонстрирует, как потребление на своей самой развитой стадии является прежде всего коммуникативным актом.

Эта схема основывается на фундаментальной дистанции, которая отделяет бренды от потребителей, но которую пытаются преодолеть более конфиденциальным, обволакивающим и чарующим тоном коммуникации. Поэтому схема Бейтсона может оказаться очень полезной для понимания того, как власть потребления выходит на первый план вопреки движениям протеста, бойкоту или «луддистскому» отказу от инноваций. Фундаментальное допущение состоит в наличии мира, построенного брендом, который предлагает систему смыслов, ценностей, ориентиров и т.п., образующих фрагменты или даже целые зоны социальной идентичности. Но мечта о тотальной идентификации мира потребителя с миром бренда — лишь крайний предел, к которому стремятся маркетинговые стратегии. В действительности после заката гедонистического идеала 1980-х стало понятно, по-видимому, что подобная безусловная и непрерывная идентификация в конечном счете порождает некоторые неудобства.

Зависимость потребителя от бренда через *double bind* показывает, как между двумя уровнями устанавливается сложная диалектика стратегических и тактических действий. В некотором смысле стратегия фирмы становится ее тактикой и пытается устранить любые барьеры, разделяющие потребителя и бренд, тогда как действие потребителя — расположенное на локальном уровне — пытается приобрести стратегический размах. Этот процесс принимал разные формы в ходе недавней истории. В 1990-е годы особый размах и резонанс приобрели движения по защите прав потребителей. В связи с этим галактика консьюмеризма пополнилась широким спектром организаций, ассоциаций, неправительственных структур и не-

формальных групп, которые выступают в защиту получающих все большее признание прав и парадоксальном их отстаивании. В тот самый момент, когда фигура «гражданина» теряет политический вес, уступая место новому субъекту — «потребителю», защита прав последнего становится проблемой исключительной важности. Знаменитые кампании против *Monsanto*, *Levi's*, *Nike* и других стали выражением этого нового гражданского сознания, действующего в глобальном масштабе и оказывающего давление снизу не без помощи новых мобилизационных возможностей интернета. Не так давно Ульрих Бек¹¹ дал теоретическое описание этого процесса, подчеркнув, что действие работника больше не имеет никакого веса в сравнении с действием потребителя. Отказ от приобретения коммерческих продуктов становится чуть ли не жизненной философией, например, в том виде, как ее изложила Джудит Левин¹² по итогам годичного обращения-отречения, отдалившего ее от звеньев системы.

Первый шаг в приближении бренда к потребителю — обнуление символического капитала бренда, его статуса, околдовывающей силы, по крайней мере в риторике коммуникации. Поворотным пунктом в новой коммуникации, без сомнения, стала потрясающая кампания «Подчинись своей жажде» (*Obeys to Your Thirst*) компании *Sprite*, прошедшая в США в 1991 году, которая вместе с другими спорадическими инициативами трансформировала рекламную коммуникацию того времени. В ней окончательно разрушались мифы о гедонистическом потреблении и утверждалось центральное место человека вместо громких обещаний и сказок коммуникации, изобиловавших в предыдущее десятилетие: «Имидж ничто, жажда — все!»

Обнуление символического капитала бренда позволяет создать вакуум, который должен быть заполнен потребителем. Его призывают вернуться к подлинным источникам опыта, к конкретным потребностям его «реальной» жизни, чтобы он мог утвердиться как личность в новом коммуникативном пространстве, предложенном брендом. Единственная проблема: для того чтобы отвоевать свою аутентичность, приходится пить переслащенный и гиперкалорийный напиток, который ни в коей мере не может утолить жажду. Можно сказать, что бренд сходит с пьедестала, где он удобно возвышался, чтобы установить с потребителем дружеские или близкие отношения, которые, однако,

11. Beck U. Se i posti di lavoro emigrano // La Repubblica. 14.02.2004.

12. Levine J. Not Buying It. My Year Without Shopping. N.Y.: Free Press, 2006.

сам этот потребитель воспринимает как двойное вмешательство в свою жизнь. Бренд по сути пытается оставить свою выгодную позицию только в риторике коммуникации и тем самым приобретает двойную способность: ту, которая за ним уже признавалась, и более новую — быть равным своей публике, то есть *первым среди равных*.

Еще одна крупная инициатива на том же фронте с совершенно иной целью — кампания «Нулевой бренд» *Diesel'*я, коммуникативный стиль которой в пух и прах разносит 1990-е своей непочтительностью и иронией¹³. И снова концепция «обнуления» постулирует разрыв, в котором сам бренд ставит под вопрос свой авторитет и, соответственно, авторитет всей системы, в которую вписан. Кампания 1997 года состояла из постеров 6 x 3, которые в стиле ретро представляли блестящие обещания старой рекламы на фоне современной разрухи — от пригородов Нью-Йорка до запретных мест в Палестине. Технике, которая снова будет использована в кампаниях 2000 года, где фигурирует псевдо-рок-звезда Джоанна, и 2001 года, посвященной Африке, очевидно, помогает язык *culture jamming*, культуры помех, к которому фирма прибегала с самого начала.

1990-е годы были отмечены процессом, в некоторых отношениях неслыханным, который усилил символическую взаимозависимость альтернативных контекстов фирмы и общества. Последнее до недавнего времени, по крайней мере внешне, демонстрировало критическое отношение к миру брендов. Используя термин «взаимозависимость», я ни в коем случае не хочу утверждать, что произошло замирение между колоссами мультинационального капитализма и антагонистическими культурами, но указываю на то, что и те и другие в целом нашли общее поле для борьбы, столкновения и изучения друг друга. Коммуникация — вот поле, на котором происходит сражение между двумя этими реальностями, сражение, трансформировавшее в том числе навыки и знания профессионалов из сферы коммуникации, вызвав к жизни новые фигуры.

В качестве движения, противоположного протесту потребителей, в фирмах получило развитие другое сознание, сделавшее

13. «После того как они повесили ценники на всю маргинальную культуру, для марок было вполне естественно занять ту мелкую, ограниченную часть мозга, которая не расположена к рыночному накоплению и была занята иронией» (*Кляйн Н. No Logo. Люди против брендов. М.: Добрая книга, 2005*).

благотворительность или солидарность неотъемлемой частью их коммуникативной стратегии. Подобно тому как дестабилизирующий характер кампаний против брендов воздействует на все более глобальное общественное мнение, коммуникация фирм воздействует на публику, чтобы компенсировать или аннулировать негативное содержание, которое некоторые события могут придать их имиджу. Вопрос социальной ответственности бизнеса, таким образом, стал не просто инструментом регулирования деятельности через кодекс поведения, но коммуникативной философией, глубоко проникающей в ценности конкретной фирмы. Один из самых ярких примеров — переход от экологии к *e-coology*, то есть к тому, что некоторая часть сознательной деятельности по защите окружающей среды начинает опираться на современный и модный стиль жизни. Экология, как и политика, религия, принадлежность к субкультуре и т.д., — фундаментальный фактор, который может быть затронут *double bind*, — дополняет экономический аспект и может вызвать самые настоящие трения между системами ценностей бренда и потребителя. На этой проблеме сосредотачиваются самые передовые стратегии коммуникации и маркетинга.

Double bind связан с парадоксом. С одной стороны, есть желание переосмыслить отношения между брендом и потребителем под знаком большей демократизации, уравнивающей их позиции и освобождающей от традиционной субординации. С другой, переходя к более тонкому эмпатическому стилю коммуникации, бренд только усиливает свои амбиции по контролю и «эксплуатации» жизненного мира потребителя. Судьба так называемого маркетинга опыта как раз и состоит в том, чтобы расширить сферу действия бренда до всего жизненного мира потребителя. Ограничусь замечаниями к двум коммуникативным примерам из 2003 года, в которых акцент ставится на биографиях главных героев и на новой значимости повседневного опыта в развитии цифровой экономики. Первый из них — видеоклип, описывающий мир, в котором умные системы¹⁴, глобальные бренды и медиа разрабатывают новые стратегии диалога со сферой локального. Замечательное музыкальное видео *Röyksopp* на песню *Remind Me*¹⁵, снятое французами Людовиком Упланом и Эрве де Креси, доходчиво рассказывает о том, как мир повседневной жизни — уже не внутреннее пространство, замкнутое и авто-

14. Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011.

15. См. URL: <https://youtu.be/1Xhdy9ZBEws>.

номное, как его представляли себе философы,— самым тесным образом связан с комплексом технологий, аппаратов и моделей решения задач, управляющим функционированием глобализованного мира. За самым банальным домашним жестом стоят профессиональные навыки технического персонала, в котором крайне важно поддерживать чувство «доверия». К этим системам по праву относятся медиа и системы глобальных брендов, управляющие сферами жизни или мирами смыслов, которые приобретают все большее значение для глобального мира. Этот видеоклип озаменовал тенденцию, превратившую инфографику в господствующую эстетику в рекламе, музыкальных клипах и кино. Кроме того, здесь в зародыше уже присутствует крайне актуальная сегодня тема «больших данных» (*big data*), то есть того, как обширный массив сведений о пользователях *Web 2.0* становится огромным когнитивным ресурсом для фирм, работающих в этой среде.

Второй дискурс, завершающий эпоху *double bind* и открывающий новую эпоху, эпоху исповеди,— это рекламная кампания *Microsoft* «Ваши способности. Наше вдохновение»¹⁶. Речь идет о программном ролике, с одной стороны, озаменовавшем поворот в стиле коммуникации высокотехнологичных компаний в сторону более «мягкого», сентиментального и эмпатического стиля, а с другой — ставшем мостом между открытием нового потребления «опыта» в маркетинге и последующим развитием социальных стратегий *Web 2.0*. Все ролики кампании начинаются со слов «мы видим», что, очевидно, знаменует переход к концепции «в́идения» (в противоположность «миссии»), то есть переключение от больших военных маневров глобальной конкуренции на частное пространство потребителя и его ожидания. Действие одного из первых клипов происходило в Париже и начиналось словами «мы видим Софи». Софи — студентка, изучающая моду. Каждый день она собирается в художественную школу и встречает по дороге людей, надевающих ее головной убор, вплоть до того, что в парижском метро прямо на путях разворачивается дефиле с вымышленной публикой, аплодирующей ее творениям. Семиотическая структура видео основана на двух уровнях означивания: первый — «реальный» уровень, переданный сепией для большей аутентичности; второй — «вымышленный», наложение графики, напоминающей эскизы модельеров или даже детские рисунки, то есть отсылающий к памяти, меч-

16. См. URL: <https://youtu.be/d51gc-pJRHЕ>.

те, устремленности. Посыл очевиден: *Microsoft* отходит от ультратехнологических сценариев, которыми плотно занималась в 1990-е, и полностью посвящает себя жизни Софи, предоставляя программное обеспечение для реализации ее мечты. Бренд очищается от всех смыслов, ценностей, эстетики и т.д., чтобы включить в свое семиотическое поле повседневную жизнь героя, чья аутентичность становится фундаментальным ресурсом, позволяющим возродиться бренду *Microsoft*.

2. От экономики опыта к диспозитиву исповеди: логика брендинга «я»

Вопрос о «капитале опыта», таким образом, занимает центральное место как в развитии «материальных» продуктов, так и в производстве медийных смыслов, и именно так маркетинг и теории менеджмента открывают для себя важную концепцию философской и социологической феноменологии — концепцию «опыта». Помимо того что маркетинг «опыта» актуальнее и эффективнее прочих бизнес-стратегий, его создание, по моему мнению, является поворотным пунктом на этапе «растворения», проявляющем, как когнитивный маркетинг заключил очевидный союз с философией, с одной стороны, и с повседневной жизнью — с другой. Уже Бернд Шмитт ссылается на концепцию *Erlebnis* и ее интерпретацию у Мориса Мерло-Понти и Эдмунда Гуссерля. У первого Шмитт берет идею о мире не как внеположном субъекту объекте, но как поле, в котором производятся мысли и восприятия¹⁷, тогда как гуссерлевский акцент на интенциональности опыта подчеркивает, что опыт всегда индуцируется, а не самопорождается.

Опыт всегда связан с эмоцией, и в большинстве случаев название этой эмоции (ненависть, любовь, радость и т.п.) используется для описания опыта, с которым она связана. Это показывает важность когнитивного уровня, то есть осознания и признания опыта/эмоции, который принимает форму и артикулируется в языке. Он также создает возможности для передачи и коммуникации этих данных опыта, а значит, для отношений с другим и возможность для его передачи в отдаленном контексте. Согласно Пайну и Гилмору¹⁸, эволюция рынка естественным пу-

17. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг. Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией. М.: Фаир-Пресс, 2001.

18. Пайн Дж. Б., Гилмор Х. Дж. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М.: Вильямс, 2005.

тем ведет к деклассированию экономической роли продукта или услуги по сравнению с ролью «опыта». Инвестиции в этот аспект позволили бы получить добавленную стоимость тем фирмам, которым больше не подходит массовое производство и которые могли бы максимизировать доходы от продаж своих продуктов и услуг с помощью их тематизации.

Тем самым авторы предлагают зонтичную категорию, которая может охватить целый разнородный ряд видов потребления. На первый взгляд парадигмой экономики опыта кажется театр, который обладает высокой ситуационной ценностью, занимается оказанием диверсифицированных услуг, отличается большой неустойчивостью в силу перформативного аспекта, способен оказывать воздействие на эмотивное пространство субъектов или групп, которые с ним связаны. При ближайшем рассмотрении, однако, можно заметить, что парадигмой, на которую ориентируются авторы, является не столько театральная или зрелищная парадигма, сколько туристическая.

Проблема, порождаемая экономикой опыта, частично связана с новым капитализмом, в качестве стратегического ресурса использующим эмоции. Ева Иллюз¹⁹ утверждает, что эмоции прорываются в публичную сферу, в компании и на рынок преимущественно за счет психологии труда и коммуникации, в которой теперь видят терапию, спасающую от болезней современной жизни. Тем не менее, если еще в 1920-е годы (этап распространения) она ограничивалась тем, что предписывала работникам фирмы раскрываться и ценить эмоциональную сферу, то в 1970-е вместе с феминистским движением, экологами и увлечением селфхелпом ей удалось добиться больших результатов и оказать ощутимое влияние на культуру данного периода. Начинает вырисовываться то, что автор называет эмоциональной онтологией: процесс публичной валоризации эмоций, первоначально косвенно инициированный утверждением капиталистической системы, но набравший обороты с распространением сначала средств массовой коммуникации (ток-шоу с исповедальным фоном), а затем и сайтов знакомств.

Такая рационализация эмоциональных связей положила начало «онтологии эмоций», то есть идее, что эмоции могут быть отделены от субъекта в целях прояснения и контроля... и сделала аффективные связи соразмерными, то есть

19. Illouz E. *Intimità fredde*. Bologna: Il Mulino, 2006.

доступными для процессов деперсонализации. Увеличивается возможность утраты эмоциями своей идентичности, чтобы оцениваться на основе абстрактных критериев²⁰.

После 1980-х этот процесс выплескивается за рамки фирм и институтов, пробивая брешь в их герметичных стенах, в том числе благодаря концепции коммуникации, расходящейся с представлением о ней, которое сложилось в фордистскую эпоху. Полная смена бизнес-стратегии была обусловлена сначала открытием аффективности как фундаментального условия отношений между брендами и потребителями, а затем той идеей, что источником креативности и инноваций может быть сам опыт потребителей, рассказанный с помощью новых техник сторителлинга²¹. Бренды — носители целого мира: они открывают нам путь в рассказ о фантазии, в мир, театрализованный и разработанный агентствами «маркетинга опыта», которые ставят себе целью не удовлетворить потребности и даже не создать их, а, скорее, произвести конвергенцию видений мира²².

В последнее время происходит переход от понимания бренда, все еще более или менее связанного с фирмой, к тотальному рассеиванию логики брендинга в промежуточных областях общества. Брендинг территории, метрополисов, политики некоммерческих организаций, культ селебрити, брендинг «я», которым занимаются обычные люди, маргиналы или обездоленные, — это все признаки выхода бренда за пределы логики фирмы. Бренд становится языком и способом управления своим присутствием в мире. Когда заходит речь о маркетинге опыта, макропроцесс можно разделить, соответственно, на две разные сферы влияния:

- а) на ту, что исходит от мира брендов;
- б) на ту, что исходит от социального мира.

В первой превалирует концепция мира опыта, который становится редким, ценным и плохо поддающимся воспроизведению фирмами ресурсом. В другой сфере преобладает точка зрения социальных субъектов, заинтересованных в том, чтобы изменить свое положение и преобразовать свой опыт в глобальном плане. Поле, на котором играют оба этих зеркально отражающих друг

20. Ibid. P. 69.

21. Salmon C. Storytelling. La fabbrica delle storie. Roma: Fazi, 2008. P. 35.

22. Ibidem.

друга движения, — поле аутентичности, рассматриваемой в качестве ресурса, который нужно находить и/или симулировать в первом случае или выставлять напоказ и осваивать — во втором. Речь идет, таким образом, о магическом круге, из которого невозможно выйти, то есть о «неототалитарном менталитете»²³, который проходит через новые способы потребления и цифровую коммуникацию.

В «Воле к знанию»²⁴ Мишель Фуко предпринимает анализ «диспозитива исповеди». Из орудия добывания истины у грешника он трансформировался в механизм производства истины и «аутентификации» индивида, чтобы затем просочиться в «дискурсы науки, медицины, педагогики, любовные отношения, в самую обыденную реальность»²⁵. Иными словами, западный человек стал «исповедальным животным». Исповедь — дискурсивный ритуал, в котором говорящий субъект совпадает с субъектом высказывания. Этот ритуал перерастает во властные отношения, поскольку нельзя исповедоваться без хотя бы виртуального присутствия партнера, который является не просто собеседником, но инстанцией, требующей исповеди, навязывающей ее, оценивающей и вмещающей, чтобы судить, наказывать, прощать, примирять. Истина здесь демонстрирует свою подлинность благодаря препятствиям и сопротивлению, которое она должна устранить, чтобы быть сформулированной. Наконец, в исповеди лишь высказывание, вне зависимости от своих последствий вовне, производит в том, кто его произносит, внутреннее изменение: делает его невинным, дает отпущение, очищает, снимает с него вину, освобождает, обещает спасение²⁶.

В этом фрагменте философ досконально разобрал главные аспекты диспозитива, «обкатанного» в педагогических целях религиозным институтом. В ходе своей эмансипации и секуляризации этот диспозитив трансформировался в нарциссическое зеркало: система медиапотребления воспекает достоинства досуга и гедонизма, чтобы затем снова эволюционировать в сторону «этической» или считающей себя таковой перспективы. В свете такого дискурса эволюция в направлении форм со-

23. Barile N. La menatalità neototalitaria. Milano: Apogeo, 2008.

24. Foucault M. La volontà di sapere. Storia della sessualità. Milano: Feltrinelli, 1976 (русс. пер.: Фуко М. Воля к знанию // Он ж. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / Пер. с фр., комм. и послесл. С. Табачниковой. М.: Касталь, 1996).

25. Ibid. P. 54.

26. Ibid. P. 57.

временного презентационизма, антирекламы или брендинга «я» идет, скорее, по линии преемственности, чем разрыва с моделью Фуко. Ева Иллюз рассматривает случай «Шоу Опри Уинфри», ведущая которого умеет ловко драматизировать биографии и психологические портреты различных участников. Анализ, однако, можно расширить за счет включения биографии самой ведущей, которая была вынуждена (как раз в середине 1990-х) рассказать о своем опыте психологических страданий, которые наложили неизгладимый отпечаток на ее жизнь. Точно так же Брук Шилдс, Джейн Фонда или другие герои шоу-бизнеса служат доказательством того, что открытие интериорности, которое упомянутый автор хочет представить как столкновение со страданием, трансверсально обществу данной эпохи и идет от уже знаменитых к тем, кто мог бы прославиться, просто выставив свои страдания напоказ.

Центральная роль страданий в народных или культурных определениях идентичности, без сомнения, указывает на одно из самых парадоксальных явлений эпохи после 1980-х годов: одновременно с триумфом самодостаточного индивидуализма, расплывающегося и захватывающего все на своем пути, как никогда остро проявилась потребность выразить и демонстрировать собственные страдания по самому разному поводу — в группах поддержки, ток-шоу, на сеансах психотерапии, в залах суда и, наконец, в личных отношениях²⁷.

Ясно, что с точки зрения нашего исследования рассуждение о страдании — скромная часть более общего процесса, в результате которого сама интимная сфера стала предметом публичного обсуждения. Кроме того, оно вписывается в своего рода распад системы зрелищности, которая привела к еще более радикальному, чем в прошлом, стиранию разделительной линии между звездой и обычным человеком. От ток-шоу с исповедальной окраской до окончательно сформировавшейся формулы реалити-шоу — один шаг. Это позволяет симметрично превратить в звезду абсолютно неизвестного человека и низвести до положения первого встречного прославленного и недостижимого персонажа. «Большой брат» — наиболее точное воплощение в плане зрелищности метафоры «исповеди», которая и в самом деле существенным образом меняет статус того, кто через нее проходит, и оставляет чувственный отпечаток на точке зрения публики. Страдания — фактор, производящий исповедь. Поэто-

27. Illouz E. Op. cit. P. 95.

му Фуко говорит, что эффекты исповеди относятся к тому, кто исповедуется, то есть не к исповеднику, а к его публике.

Итак, с появлением *Web 2.0* восхваляется переход от риторики *double bind* к диспозитиву исповеди, а именно к модели инфантилизации потребителя, которого глобальные бренды подводят к роли героя нового типа — «пользователя», ведомого так называемой толпой. Говоря об исповеди, мы на самом деле имеем в виду не только процесс извлечения «истины собственного удовольствия», который движется от исповедуемого к исповеднику, но можем вообразить целую коммуникативную структуру *Web 2.0* как механизм по трансформации интериорности ее участников в экстериорность. Подобная транспарентность, на которую особенно рьяно нападают авторы вроде Эндрю Кина²⁸, лежит в основе любого действия, выполняемого в Сети. Каждый элемент нашей эмоциональной жизни, нашего опыта и отношений заслуживает того, чтобы быть опубликованным, превратившись в пользовательский контент. Еще сильнее логика «больших данных» подталкивает нас к тому, что можно назвать молчаливой исповедью. Имеется в виду, что даже в отсутствие желания экстериоризовать самые интимные чувства нас тем не менее заставляют это делать при помощи систем, отслеживающих нашу малейшую активность в Сети. Эта молчаливая исповедь сообщает о нас гораздо больше того, что мы сами могли бы о себе рассказать путем публикации все более трансгрессивного, развязного, интимного и тому подобного контента.

Логика исповеди, которая сопровождает переход от позднетелевизионной эпохи к первому вебу, а потом и к *Web 2.0*, обречена диверсифицироваться в новых формах выражения, когда мы размышляем о нашем настоящем. Здесь можно подумать о двух модальностях трансформации этой логики. Ранее я говорил о неототалитарном менталитете (*неотот*), чтобы указать на двойное движение, которое идет от фирм к потребителям/пользователям и в обратном направлении — от потребителей к фирмам. Мы можем рассмотреть три фундаментальные тенденции, воплощающие сегодня так называемую онтологию эмоций:

- а) брендинг «я»;
- б) «большие данные»;
- в) умельцы (*makers*).

28. Keen A. Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us. N.Y.: St. Martin's Press, 2012.

Web 2.0 порождает территорию, на которой сталкиваются два противоположных, но взаимодополняющих движения: движение крупных корпораций, которые используют бренды, чтобы перехватить и извлечь выгоду из повседневной жизни их потребителей; движение обычных людей, использующих эти средства, чтобы перейти с локального на глобальный уровень, как призывает знаменитый слоган YouTube «Транслируй себя!» (*Broadcast yourself*). Речь идет о двойном колебании от стратегического к тактическому и наоборот. Тот способ, которым цифровое прославляет аспекты, связанные с отношениями, сообществом, опытом и т.д., показывает, что новая технико-коммуникативная система, выдвигаемая Web 2.0, ни в коей мере не подавляет уникальность. Напротив, она ее мультиплицирует, воспроизводит и инфантилизирует в каждом из аспектов.

Заслуга Гирта Ловинка в том, что он ввел концепцию *techno-sculptoring* как наиболее очевидное выражение поворота старой концепции Сети и виртуальности в сторону нового «пост-косметического» видения Web 2.0 с более прямым контактом с реальной жизнью людей.

Первоначальная идея, будто виртуальное должно помочь нам освободиться от нашего старого «я», ушла в прошлое. Теперь все вращается вокруг менеджмента своего «я» и *techno-sculpturing*: какую форму мы придаем своему «я» в потоке реального времени? С этой точки зрения нет времени на дизайн или даже на сомнения. Реакция системы не в состоянии справиться с амбивалентностью. Презентируемое «я» — пост-косметическое. Идеал не в том, чтобы стать другим или лучшим из людей²⁹.

Новый веб требует новой *концепции дизайна* — более тесно соотнесенной с практическими требованиями людей. Согласно Ловинку, это главное требование простоты и аутентичности, с которым выступает новый веб, объяснимо с учетом вопроса о скорости «реального времени» и безотлагательности, которые навязывают социальные медиа (более всех *Twitter*). Иными словами, требование все более быстрого соединения и потребления медиа не позволяет тратить время на эстетическое совершенствование.

29. Lovink G. Tre tendenze del Web 2.0 // aut aut. Luglio–Settembre 2010. № 347. Web 2.0. Un nuovo racconto e i suoi Dispositivi. P. 31.

Еще более радикальное видение, чем Ловинк, предлагает эссеист Ли Зигел, воспользовавшись вариантом знаменитого «медиум — это сообщение» Маршалла Маклюэна, а именно «пользователь — это контент», в попытке разрушить мифы, состряпанные из самовыражения и из того, что он уничижительно называет «упакованными „я“» (*packaged selves*). В особенности первая часть текста касается тесной связи между использованием Web 2.0, новых стратегий экзистенциального позиционирования и этики или стиля жизни новой креативной буржуазии, выдающей себя за богему (знаменитые «бобо в раю» Дэвида Брукса³⁰). Но Зигел впадает в старую критическую схему, когда размышляет о ключевых словах «выбор и доступ», которые расширяют возможности действия у субъектов, устраняют пространственные и временные барьеры и одновременно определяют новую форму гомогенизации идентичности³¹.

«Большие данные»

Модель исповеди основывается на инстанции, которая исходит от социального и требует или даже в некотором смысле *вызывает* исповедь. Против такого понятия реифицированной «социальности», к которому некоторые относятся со все более фетишистской страстью, выступили многие авторы, среди которых не так давно оказались также Гирт Ловинк и Энтони Кин.

С этим вопросом связан еще один аспект, вызывающий беспокойство, — то, что Виктор Майер-Шёнбергер определил как «утрату жизненно важной способности к забвению»³². Это процесс, начавшийся с перехода от устной традиции к письму, с появлением нового веба и систем отслеживания, геолокации и т.д., достигает небывалых возможностей фиксировать наши мельчайшие повседневные действия. В «идеальной памяти» машин неопределенно долгое время хранится своего рода «электронный след» пользователей.

Но если мы займемся изучением природы этой реифицированной социальности, то откроем несоциальный, а точнее, операциональный, числовой и алгоритмический компоненты. «Большие данные» уже лет пять служат чем-то вроде мантры,

30. Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. М.: Ad Marginem, 2013.

31. Siegel L. Against the Machine. How the Web Is Reshaping Culture and Commerce — And Why It Matters. N.Y.: Spiegel & Grau, 2008.

32. Mayer-Schönberger V. Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2009.

но сегодня они кажутся ключевым вопросом для решения проблем общественных институтов. Несмотря на то что название требует холодного, почти позитивистского отношения и чисто статистического подсчета, «большие данные» связаны с наиболее деликатной, уязвимой, глубокой частью нашей идентичности. Речь идет о сфере приватного, наших самых сокровенных вкусах и склонностях, порой совершенно неосознаваемых, которые при этом непрерывно мониторятся программами «слежения» (*Spiders*, *BOT* и т.д.), фиксирующими каждое наше движение в онлайн³³. Эта огромная масса информации, которая может свести весь комплекс человеческих действий к чисто статистическим расчетам, представляет собой что-то вроде гигантского бассейна с эксплицитными и имплицитными исповедями всех интернет-пользователей. Все мы — не более чем сочетание данных, и наш выбор потребления, интеракций с другими людьми, автономного производства контента говорит о нас гораздо больше, чем нам хотелось бы. Поэтому тема брендинга «я» в соединении с темой «больших данных» открывает исключительно сложный сценарий новых возможностей когнитивной эксплуатации пользователей.

Умельцы

Гораздо менее холодный и статистический характер носит вопрос о новых мастеровитых бриколерах — «умельцах» (*tinkers*), этом вот уже несколько лет расширяющемся движении, участники которого прокламируют преодоление традиционной концепции цифровых технологий, понимаемых как виртуальное пространство, противопоставленное реальности, и преодоление так называемого «цифрового дуализма» (Натан Юргенсон). 3D-принтеры, установки с все более массированным использованием итальянской технологии *Arduino*, глубоким образом трансформируют наши представления о производстве, дистрибуции, потреблении, креативности, совместном пользовании, автоматике, товарах и т.д. Речь идет о неоремесленном мире, в котором технологии раздвигают привычные границы кастомизации, адаптации к требованиям пользователей и тем самым утверждают новую форму капитализма.

33. Rainie L., Wellman B. *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: MIT Press, 2012.

Но какое отношение все эти инновации имеют к эпохе исповеди? По словам Дэвида Гонтлетта, ощутимого различия между Web 2.0 и миром новых умельцев в действительности не существует. Первый основан на пользовательском контенте, то есть на «исповеди» — практике, подобные которой встречаются также в новом демассифицированном производстве. По словам Гонтлетта, «делать — значит подключаться», по крайней мере, по трем причинам: 1) потому что необходимо соединять элементы между собой (материалы, идеи и т. д.); 2) потому что у актов созидания есть социальный аспект; 3) потому что благодаря изготовлению вещей увеличивается наша связь с социальной и физической средой³⁴. Кроме того, в тот момент, когда мы производим новый предмет, мы помещаем в него ряд аспектов нашего внутреннего мира (эмоциональный капитал), который с нами мгновенно разделяет вся наша Сеть.

В заключение отметим, что диспозитив исповеди, по-видимому, гораздо более эффективно описывает современные модели *double bind*, предлагающие мнимое освобождение потребителя/пользователя. Но все это остается лишь гипотезой, учитывая, что еще несколько лет назад некоторые международные бренды (неслучайно, что ими оказались *Nike* и *McDonlad's*) осознали инновационный потенциал «умельцев» и разместили 3D-принтеры в своих торговых залах, чтобы снова подчинить спонтанную креативность «толпы» когнитивной власти бренда.

Литература

- | | |
|---|---|
| Barber B. Jihad vs. McWorld: Terrorism's Challenge to Democracy. How Globalism and Tribalism are Reshaping the World. N.Y.: Ballantine Books, 1996. | Gauntlett D. Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge, MA: Polity Press, 2011. |
| Barile N. La mentalita neototalitaria. Milano: Apogeo, 2008. | Illouz E. Intimita fredde. Bologna: Il Mulino, 2006. |
| Beck U. Se i posti di lavoro emigrano // La Repubblica. 14.02.2004. | Jameson F. Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism. Durham, NC: Duke University Press, 1991. |
| Codeluppi V. Manuale di Sociologia dei consumi. Roma: Carocci, 2006. | Keen A. Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us. N.Y.: St. Martin's Press, 2012. |
| Foucault M. La volonta di sapere. Storia della sessualita. Milano: Feltrinelli, 1976. | |

34. Gauntlett D. Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge, MA: Polity Press, 2011.

- Levine J. Not Buying It. My Year Without Shopping. N.Y.: Free Press, 2006.
- Lovink G. Tre tendenze del Web 2.0 // aut aut. Luglio–Settembre 2010. № 347. Web 2.0. Un nuovo racconto e i suoi Dispositivi.
- Mayer-Schönberger V. Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2009.
- Rainie L., Wellman B. Networked: The New Social Operating System. Cambridge, MA: MIT Press, 2012.
- Rifkin J. The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn of the Post-Market Era. Los Angeles: Tarcher/Putnam, 1996.
- Salmon C. Storytelling. La fabbrica delle storie. Roma: Fazi, 2008.
- Siegel L. Against the Machine. How the Web Is Reshaping Culture and Commerce — And Why It Matters. N.Y.: Spiegel & Grau, 2008.
- Watzlawick P. A Review of the Double Bind Theory // Family Process. 1963. Vol. 2. № 1. P. 132–153.
- Бейтсон Г. К теории шизофрении // Бейтсон Г. Экология разума. М.: Смысл, 2000.
- Бейтсон Г. Эпидемиология шизофрении // Экология разума.
- Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. М.: Ad Marginem, 2013.
- Гидденс Э. Последствия современности. М.: Праксис, 2011.
- Де Серто М. Изобретение повседневности. 1. Искусство делать / Пер. с фр. Д. Калугина, Н. Мовниной под науч. ред. К. Ермошиной. СПб.: Издательство ЕУСПб, 2013.
- Кляйн Н. No Logo. Люди против брэндов. М.: Добрая книга, 2005.
- Пайн Дж. Б., Гилмор Х. Дж. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М.: Вильямс, 2005.
- Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ, 2002.
- Фуко М. Воля к знанию // Он ж. Фуко М. Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности / Пер. с фр., комм. и послесл. С. Табачниковой. М.: Касталь, 1996.
- Шмитт Б. Эмпирический маркетинг. Как заставить клиента чувствовать, думать, действовать, а также соотносить себя с вашей компанией. М.: Фаир-Пресс, 2001.

Branding the Self in the Age of Emotional Capitalism. The Exploitation of Prosumers, from the Rhetoric of “Double Bind” to the Hegemony of Confession

Nello Barile. PhD in Communication Sciences, Resources Management, and Formative Processes, Professor of Media studies and Sociology of Cultural Processes at the International University of Languages and Media of Milan (IULM). Address: 1 Via Carlo Bo, 20143 Milano, Italy. E-mail: nello.barile@iulm.it.

Keywords: prosumer; brand-consumer relations; double-bind; identity burglary; emotional capitalism.

This paper aims to study the differences between *cognitive* and *emotional* capitalism through a cultural analysis of consumption and communication. Today, much more than the worker as the inter-

preter of a neo-Marxian *General Intellect*, the prosumer (Alvin Toffler, Philip Jenkins) has become the core of a totalizing exploitation of his emotional and relational world. The moment of a full cognitive exploitation of consumers can be analyzed through adopting the Batesonian pattern of the *double bind* that considers schizophrenia as a lack of communication between the mother and the child. The double bind can be transferred to the relationship between the brand (the mother) and the consumer (the child). The consumer is at the same time the center of a universe peopled by global brands, and the victim of a sort of identity burglary.

The dynamic of *double bind* has prepared the advent of the User as the protagonist of the digital era, involving him in a self-expression policy but also in a new hyper-exploitation. The new era of brand power passes through the social web because all marketing today is integrated into this new totalizing environment. This is why the *confession device* (Michel Fou-

cault) can be considered as the core of a new form of capitalism, based on the complex interaction between emotions, relations and experiences. We have moved from the hegemony of brands to the capacity of users to eternalize and use emotions as a competitive resource in the worldwide market of identities.

References

- Barber B. *Jihad vs. McWorld: Terrorism's Challenge to Democracy. How Globalism and Tribalism are Reshaping the World*, New York, Ballantine Books, 1996.
- Barile N. *La mentalità neototalitaria*, Milano, Apogeo, 2008.
- Bateson G. Epidemiologija shizofrenii [Epidemiology of a Schizophrenia]. *Ekologija razuma* [An Ecology of Mind] (trans. D. Ia. Fedotov), Moscow, Smysl, 2000.
- Bateson G. K teorii shizofrenii [Toward A Theory of Schizophrenia]. *Ekologija razuma* [An Ecology of Mind] (trans. D. Ia. Fedotov), Moscow, Smysl, 2000.
- Beck U. Se i posti di lavoro emigrano. *La Repubblica*, February 14, 2004.
- Brooks D. *Bobo v raiu: otkuda beretsia novaia elita* [Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There] (trans. D. Simanovskii), Moscow, Ad Marginem, 2013.
- Codeluppi V. *Manuale di Sociologia dei consumi*, Roma, Carocci, 2006.
- De Certeau M. *Izobretenie povsednevnosti. 1. Iskustvo delat'* [L'Invention du Quotidien. 1. Arts de Faire] (trans. D. Kalugin, N. Movnina), Saint Petersburg, Izdatel'stvo EUSPb, 2013.
- Foucault M. *La volontà di sapere. Storia della sessualità*, Milano, Feltrinelli, 1976.
- Foucault M. Volia k znaniu [La volonté de savoir]. *Volia k istine: po tu storonu znaniia, vlasti i seksual'nosti* [Will to Truth: Beyond Knowledge, Power, and Sexuality] (trans. S. Tabachnikova), Moscow, Kastal', 1996.
- Gauntlett D. *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*, Cambridge, MA, Polity Press, 2011.
- Giddens A. *Posledstviia sovremennosti* [The Consequences of Modernity] (trans. G. Ol'khovikov, D. Kibal'chich), Moscow, Praxis, 2011.
- Illouz E. *Intimità fredde*, Bologna, Il Mulino, 2006.
- Jameson F. *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Durham, NC, Duke University Press, 1991.
- Keen A. *Digital Vertigo: How Today's Online Social Revolution Is Dividing, Diminishing, and Disorienting Us*, New York, St. Martin's Press, 2012.
- Klein N. *No Logo. Liudi protiv brendov* [Taking Aim at the Brand Bullies] (trans. A. Dorman), Moscow, Dobraia kniga, 2005.
- Levine J. *Not Buying It. My Year Without Shopping*, New York, Free Press, 2006.
- Lovink G. Tre tendenze del Web 2.0. *aut aut*, Luglio–Settembre 2010, no. 347, pp. 23–35.
- Mayer-Schönberger V. *Delete: The Virtue of Forgetting in the Digital Age*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 2009.
- Pine J. B., Guilmore J. H. *Ekonomika vpechatlenii. Rabota—eto teatr, a kazhdyi biznes—stsena* [The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage] (trans. N. Livinskaia), Moscow, Vil'iams, 2005.
- Rainie L., Wellman B. *Networked: The New Social Operating System*, Cambridge, MA, MIT Press, 2012.
- Rifkin J. *The End of Work: The Decline of the Global Labor Force and the Dawn*

- of the Post-Market Era, Los Angeles, Tarcher/Putnam, 1996.
- Salmon C. *Storytelling. La fabbrica delle storie*, Roma, Fazi, 2008.
- Schmitt B. *Empiricheskii marketing. Kak zastavit' klienta chuvstvovat', dumat', deistvovat', a takzhe sootnosit' sebia s vashei kompaniei* [Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate to Your Company and Brands] (trans. K. Tkachenko), Moscow, Fair-Press, 2001.
- Siegel L. *Against the Machine. How the Web Is Reshaping Culture and Commerce—And Why It Matters*, New York, Spiegel & Grau, 2008.
- Toffler A. *Tret'ia volna* [The Third Wave], Moscow, AST, 2002.
- Watzlawick P. A Review of the Double Bind Theory. *Family Process*, 1963, vol. 2, no. 1, pp. 132–153.

Труд, образование
и социальная
функция денег
в массовой
культуре (случай
сериала *Girls*)

Александр Сувалко

Магистр культурологии, менеджер лаборатории исследований культуры Центра фундаментальных исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Адрес: 105066, Москва, ул. Старая Басманная, 21/4.

E-mail: suvalko@gmail.com.

Ключевые слова: постиндустриальное общество; исследования сериалов; массовая культура; социальное значение денег; безусловное пособие; прекариат; фриланс.



В апреле исполнилось три года с момента выхода первой серии *Girls*. За это время проект приобрел известность в мире сериалов — ему посвящают колонки *New York Magazine* и *Guardian*, юмористические шоу снимают пародии, а рекламные билборды сериала можно встретить даже в Белграде.

В 2012 году критики в один голос заявляли, что подобной искренности на телевидении прежде не было. Академическое сообщество отреагировало на *Girls* внушительным сборником статей, пусть и вышедшим не в самом солидном издательстве¹.

1. HBO's *Girls*: Questions of Gender, Politics,

В статье обсуждается сериал *Girls* (HBO, 2012 — н. вр.) в контексте отношения двадцатилетних молодых людей к работе и полученному образованию. Затрагивается также вопрос о социальной функции денег. Последние годы в академической среде стало хорошим тоном ссылаться на последние продукты массовой культуры, однако обсуждение и анализ сериалов, в отличие от кино, все еще остается предметом для аудиторных практик, мало отрефлексированным в научной литературе. Автор предпринимает попытку проанализировать сериал с обращением к современным теоретическим текстам, поднимающим проблемы нематериального труда, борьбы за права работников, им занятых, и к вопросу о целесообразности и необходимости гуманитарного образования в XXI веке. Помимо обращения к теоретической литературе, в статье проводятся параллели с сериалами «Как преуспеть в Америке» (HBO,

2010–2011) и «Бесстыдники» (Showtime, 2011 — н. вр.), затрагивающими близкие проблемные поля.

В настоящей работе подробно анализируются высказывания героев сериала в контексте обсуждения трудовых отношений, полученной специализации в колледже или университете, инвестируемых родственниками средств в человеческий капитал студентов и выпускников образовательных учреждений и т. д. Подобные вопросы кажутся автору достойными рассмотрения в силу их актуализации и воплощения поколением двадцатилетних в сериальной форме на кабельном телевидении. Шоу снято при непосредственном участии Лены Данэм, молодой сценаристки, режиссера и исполнительницы роли главной героини. Предлагаемый в статье подход выводит дискуссию о сериалах за рамки обсуждения сюжетных линий и актерской игры.

Главным голосом миллениалов (поколения двадцатилетних) в сериале выступает Лена Данэм — сценарист, продюсер и главная героиня шоу. В некоторых сериях слово «работа» употребляется не менее десятка раз, что как минимум показывает, что для действующих здесь современных молодых людей выход на рынок труда и условия работы выступают важными темами. В контексте дискуссий о занятости внимательный зритель вспомнит еще несколько свежих образцов массовой сериальной культуры: «Как преуспеть в Америке» (HBO, 2010–2011), «Бесстыдники» (Showtime, 2011 — н. вр.) и др.

«Бесстыдники» посвящены нелегкой жизни шести членов семьи с двадцатилетней Фионей Галлагер во главе, которые, не разменяв еще третьего или даже второго десятка, стараются во что бы то ни стало заработать себе на хлеб: вырезают скидочные купоны из газет, продают марихуану под видом мороженого или занимаются невинным написанием контрольных за других,

and Millennial Angst / B. Kaklamanidou, M. Tally. Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2014.

пока отец занят поиском выпивки. И все это на фоне двухэтажной Америки, будто сошедшей с картин Эдварда Хоппера. Подняться с социального дна шансов мало — университет, армия или классическая карьера клерка.

История создателей джинсовой марки в «Как преуспеть в Америке» довольно сильно отличается от «Бесстыдников». Обычные подростки, повзрослев, решаются на еще одну попытку стать героями Бруклина, немногим более успешную, чем первая — изготовление самодельных скейтбордов. Главный персонаж, своими волевыми качествами напоминающий героя романов Драйзера, а привычками — Тони Хоука, ловко налаживает производство и получает крупный заказ. И если в Бруклине все еще слышится эхо жизни гетто (один из героев пытается легализовать криминальные деньги выпуском энергетического напитка, запугивая конкурентов с оружием в руках), то Бруклин в *Girls* — джентрифицированный район, населенный юными выпускниками колледжей, пестрящий кофейнями и модными магазинами, где тяжелее всего приходится коренным жителям.

В отличие от перечисленных героев, девушки в *Girls* заняты или планируют заняться нематериальным трудом², связанным с производством текстов, с медиа, художественным творчеством или сферой услуг. В сериале артикулируются важнейшие для молодых людей проблемы: временные договоры, низкооплачиваемая или вовсе не оплачиваемая «работа ради работы», нескончаемые собеседования, моральные терзания на тему «Сколько можно сидеть на шее у родителей?» и т.д. Но шоу задумано не столько как гид по современным проблемам рынка труда, сколько как кушетка аналитика, позволяющая выговориться и выплакаться молодому горожанину. Настоящая статья — попытка критически посмотреть на этот слепок поколения глазами представителя того же поколения.

Не определяя современную эпоху как постиндустриальную, постинформационную или любую другую «пост-», рассмотрим некоторые общие социальные тенденции, отраженные в сериале *Girls*. Важно отметить, что при анализе сериала нас не будут интересовать развитие сюжетных линий или игра актеров — в фокусе нашего внимания прежде всего тематический анализ вышеупомянутых проблем.

2. См.: *Sayers S. The Concept of Labour, Marx and his Critics*//*Science & Society*. 2007. Vol. 71. № 4.

Почему такая работа представляется нам продуктивной? Мы исходим из специфики рынка современных сериалов, а именно стратегии диверсификации каналов и ориентации отдельных шоу на узкую аудиторию: в 2013 году сериал *Girls* посмотрели всего 5 миллионов человек³. Но чтобы сериал окупился, необходимо опираться на общий для аудитории опыт. *Girls* далеко до популярности *Breaking Bad*, однако в нем представлены основополагающие черты отношения современных молодых людей к карьере как жизненному пути и к роли образования в нем.

Несмотря на то что обсуждение сериалов выходит все дальше за рамки кухонных обсуждений, прочно обосновавшись на публичных площадках и в университетских аудиториях⁴, телешоу в отличие от кино редко рассматриваются как достойный анализа предмет. Стоит предупредить любителей сериалов, ценящих сюжетную целостность и магию неизвестности, что, следуя предложенному подходу, нам не удастся избежать спойлеров. Представленный ниже разбор предназначен, скорее, для тех, кто уже посмотрел сериал и интересуется возможностью обсуждения определенного проблемного поля без фокализации на формальных сторонах продукта.

Временный, неоплачиваемый, твой

Гай Стэндинг в своей работе «Прекариат: новый опасный класс»⁵ противопоставляет прекарный (временный, негарантированный дальнейшей занятостью, социальным пакетом и т.д.) труд стабильной занятости салиариата (работников с постоянной зарплатой). Временная занятость для героев *Girls* — не просто удачная метафора, описывающая непостоянный труд, а образ жизни: за все четыре сезона многие героини поменяют несколько мест работы, а вместе с ними и образ жизни, большой город — на провинцию или другую страну, за неделю одна героиня поменяет кресло в высокооплачиваемом маркетинговом агентстве на работу в кофейне, а другая — окажется там же, но уже после ра-

3. См. статистику на портале *Vulture*: Adalian J. For HBO, *Game of Thrones* Ratings Second Only to *The Sopranos* // *Vulture*. 6.06.2013. URL: <http://www.vulture.com/2013/06/game-of-thrones-huge-ratings-chart.html>.

4. В Москве первой дискуссионной площадкой для обсуждения сериалов стал клуб «Кто убил Лору Палмер», организованный студентами Школы культурологии Высшей школы экономики.

5. См.: Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ad Marginem, 2014.

боты в галерее современного искусства. Наиболее уязвимыми сферами предстают в сериале журналистика, современное искусство и уход за детьми (как часть индустрии *care*).

Рассмотрим опыт трудоустройства героинь сериала Ханны, Марни и Джессы. *Girls* начинается с семейного ужина, на котором родители Ханны, университетские преподаватели, объявляют, что ее детской жизни приходит конец. Ханне 24 года, два года назад она окончила колледж, и до этого ужина ее жизнь оставалась беззаботной, обеспечиваемой родителями. Принуждаемая к самостоятельности, Ханна пытается образумить родителей и спрашивает, знают ли они, что творится с «чокнутой экономикой» — все ее друзья материально зависят от родителей. Главная жизненная цель Ханны — написать мемуары о жизни, которую, правда, еще нужно прожить⁶. Жить на что-то тоже нужно, поэтому Ханна пытается получить постоянное место в издательстве после года бесплатной работы ради работы. «При нынешней экономике, Ханна, ты знаешь, сколько заявок на стажировки я получаю в день?» — вопрос об устройстве современного мира бумерангом возвращается к главной героине.

Утешая нерадивого работника, редактор саркастически замечает, что до этого момента хотел поручить Ханне вести корпоративный *Twitter*, где пригодились бы ее остроумие. Трудящийся-предприниматель из Ханны неважный, если единственный ее талант, остроумие, так и не стал востребован за год работы. Актуальным становится знание *Photoshop*'а — именно это конкурентное преимущество позволяет ее коллеге Джой-Линн получить работу после года стажировки. Ремесло дизайнера последние годы куда более востребовано, чем производство текстов. После позиции офисного клерка и копирайтера в замаскированном маркетинговом агентстве (журнале *GQ*) Ханна готова на любую работу, связанную с написанием текстов, и предложение описать свой опыт группового секса или употребления тяжелых наркотиков ее нисколько не смущает, коль скоро за это платят. В искреннем порыве опубликовать мемуары, которые еще нужно пережить или срежиссировать, Ханна хватается за любую возможность; главное, как говорит новый редактор, — «выйти из зоны комфорта» (3-я серия, 2-й сезон).

6. Начало диалога с родителями (1-я серия, 1-й сезон):

— Как продвигается твоя книга?

— Ну, я закончила четыре очерка и сейчас привожу их к готовому виду. И я надеюсь, всего их будет девять. Но, знаете, это ведь мемуары. Поэтому их сначала нужно прожить.

Подруга Ханна Марни работает помощником куратора в одной из нью-йоркских галерей и оказывается на улице после сокращения — галеристка дежурно сообщает ей об этом между двумя магазинами, как невинную сплетню. Выбирая между более профессиональной Марни и ее коллегой, галеристка делает выбор в пользу последнего, поскольку имела с ним личную связь, чреватую судебными последствиями. Читателю, знакомому с исследованием «Труд работниц институций современного искусства в Москве: „менеджер“ vs „девочка“»⁷, будет интересна переключка с названием сериала и российским контекстом современного искусства. Согласно результатам исследования, работниц институций современного искусства, занимающихся ответственной административной работой (например, организацией публичных мероприятий), в частных разговорах называют «девочками», а из публичного поля они и вовсе исключаются, не говоря уже о других особенностях условий труда.

Джесса в поисках «невинной работы, связанной с детьми», находит работу нянечки и в одну из своих первых прогулок с детьми знакомится с другими нянечками, от которых узнает о низкой зарплате и невыносимых условиях труда. Сама Джесса постоянно сталкивается с тем, что ей не платят, ссылаясь на отсутствие наличных, — плата за такой труд со стороны нанимателя воспринимается как несущественная, а поэтому может быть отсрочена. Поколение Джессы чувствует, что с неравенством нужно бороться, несмотря на то что она не знакома с устаревшим уже языком классовой борьбы (Джесса не знает слова «хартия», которую ей предлагает написать одна из нянечек), хотя и в состоянии сформулировать новый. Джесса предлагает объяснять родителям, что они отдают нянечкам самое дорогое, что у них есть, — своих детей.

**«Ты не должна быть ничьим рабом»,
или *Bachelorette pad* за счет родственников**

В сериале постоянно звучит тема поддержки существования тех, кому еще нет тридцати: начинающего актера и плотника содержит бабушка; тетя платит 2100 долларов за квартиру, в ко-

7. См. изложение результатов исследования «Труд работниц институций современного искусства в Москве: „менеджер“ vs „девочка“»: *Абрамова Е.* «Менеджер» vs «девочка» // Colta.ru. 13.05.2013. URL: <http://archives.colta.ru/docs/21801>.

торой живет студентка бакалавриата, хотя студенческое общежитие обошлось бы гораздо дешевле; Ханну после окончания колледжа содержали два года. Социальное значение вкладываемых денег представляется как инвестиция в человеческий капитал — самая оправданная в глазах родителей и родственников миллениалов. Это деньги на свободное время, досуг и образование — время, когда студенту в широком смысле слова не нужно думать о заработке. Оканчивая университет, Шоанна отказывается фотографироваться с родителями. В ответ на это ее мать указывает на значение сохранения памяти о важнейшем событии в жизни через фотографию, ведь Шоанна чего-то добилась в этой жизни с маминой помощью. Шоанну обеспечивает и тетя — именно она готова платить за ее *bachelorette pad*⁸, понимая, что развлечение — это важнейшая коммуникативная составляющая студенческой жизни.

Двадцатилетние в *Girls* прекрасно отдают себе отчет в том, как нужно относиться к этим деньгам. И если Ханне стыдно жить за родительский счет, то Адам не только не испытывает никаких угрызений совести за то, что состоит на иждивении у бабушки, но и ясно артикулирует свою позицию: «Эти деньги дают мне свободу, я не должен быть чьим-то рабом, и ты не должна быть ничьим рабом». Какая идеология стоит за словами Адама?

В своей работе «Нематериальное. Труд, знание и досуг»⁹ Андре Горц размышляет о внедрении в общественную практику безусловного пособия — дохода, который, с одной стороны, освободил бы от квантификации каждого приобретенного работником навыка, а с другой — компенсировал неоплачиваемое время, которое человек тратит на самосозидание. Эта идея исходит из того, что оплачиваемое время работы зачастую куда меньше затрачиваемого самопредпринимателем на приобретение новых компетенций.

Герой Адама высказывает сходную мысль о праве представителей творческих профессий на безусловное пособие. Адам знает, о чем говорит, будучи актером, к тому же мечтающим о плотницком ремесле. Именно работники зрелищных искусств, например во Франции, отстаивают сегодня право на то, что может служить прообразом такого пособия. Так, работа актера но-

8. Букв. «берлога холостячки (холостячек)».

9. Горц А. Нематериальное. Труд, знание и досуг. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2010. С. 38.

минально сводится к нескольким часам в неделю, все остальное время занимают репетиции, без которых он станет неконкурентноспособным по сравнению с другими артистами, а также культурный досуг, рекреация и т.д. Труд актера или исполнителя непостоянен также по многим другим причинам, и Адам нередко отказывается от предложений по работе, которые, по его мнению, не стоят его времени. Иногда актерство кажется ему менее достойным занятием, чем плотницкое дело, которое позволяет увидеть материальные результаты собственного труда. Такое мировоззрение может объясняться запросом на аутентичность, предметную воплощенность — ощущение, которого так не хватает жителям современных больших городов. В четвертом сезоне буквально весь дом Адама оказывается обставлен собственноручно выполненными деревянными свидетельствами его увлечения.

Встретив его спустя несколько лет, родная сестра Адама упрекнет брата в постоянной смене профессий — от желания записаться в армию до плотницкого и актерского ремесел. Сам Адам утверждает, что меняется лишь его профессиональная идентичность, сам же он остается прежним. Такая гибкая стратегия позволяет Адаму быть готовым к любым изменениям на нестабильном рынке труда, с одной стороны, и заниматься менее отчуждающим делом — с другой. В дальнейшем, когда актерская карьера Адама идет в гору, он начинает воспринимать как трагедию то, что для Ханны становится привычным, — работу за деньги. Ситуация трудного выбора «работа ради удовольствия» vs «работа ради денег» повторяется в сериале неоднократно. Зачастую этот важнейший выбор осуществляется неосознанно. Пример Ханны демонстрирует, чем чревато сохранение нелюбимой, но щедро оплачиваемой работы. Сезон ранее Ханна покидает редакцию журнала GQ, мысленно заглянув в собственное будущее, где ее коллеги, некогда подающие большие надежды молодые поэты и писатели, конвертировали талант в позиции в крупной корпорации, приличное жалование и социальный пакет. В одном из личных разговоров давний сотрудник журнала говорит Ханне, что всегда остается возможность писать после работы и на выходных, хотя ему самому в последние год-два это не удавалось. Увольняясь из GQ, Ханна будто бы личным примером призывает двадцатилетних к протесту против работы на крупные компании в обмен на творческую свободу, но в конечном счете предает собственные принципы.

Стартап как освобождение от рабства

Противопоставляя затворничество студентки бакалавриата безделью хиппующей подруги, Шошанна ясно дает понять, что образование — единственная возможность подняться по социальной лестнице («вырваться из круга неудачников — друзей и родственников»). Героини Шошанны и Марни постоянно воспроизводят риторику успешной и богатой жизни, так что кажется, что вот-вот начнут цитировать Айн Рэнд и литературу по личностному росту. Не зря обе девушки превозносят Чарли — интернет-предпринимателя, разработавшего успешное приложение.

Ключевым эмансипирующим от ежедневной работы фактором представляется собственное дело, а правильной инвестицией времени и талантов видится удачный стартап. Герои «Как преуспеть в Америке» продолжают заниматься материальным производством, налаживают связи с поставщиками и заказчиками и даже разбираются в тонкостях кройки и шитья. В *Girls* же успех к герою приходит практически мгновенно, когда Чарли конвертирует неудачный жизненный опыт в сервис: если вы не хотите в измененном состоянии сознания звонить кому не следует, то достаточно установить программу из топа приложений *App Store*. Вместе с успехом приходит и подозрение. «Ты пришла, потому что тебе нужны деньги?» — спрашивает Чарли бывшую девушку при первой после расставания встрече.

Чарли удается совершить качественный прыжок из одной социальной страты в другую, как об этом мечтала Шошанна, и он упрекает Рэя в отсутствии мотивации к более комфортной жизни. Рэй — бездомный, живет в автомобиле и работает в кофейне. Никаких интересов, в том числе карьерных, помимо баскетбола и музыкальной группы у него нет. Еще одна важная деталь: Рэй — недоучившийся доктор философии, чья карьера ученого так и не началась из-за 50-тысячного долга перед учебным заведением. Узнав о планах Рэя продолжить обучение на программе *PhD*, его начальник предлагает Рэю в перспективе возглавить другую кофейню. Он объясняет, что «девушке с сумкой в форме круассана» (Шошанне) не нужен ученый, а наукой можно заниматься и по воскресеньям. Собственное дело Рэя и Чарли освобождает их от прежних социальных обязательств (необходимость иметь прочные связи, о которых мечтает Шошанна) и других проблем, например от выплаты кредита на обучение.

Любопытна фигура наставника, воплощенная в разных начальниках, сменяющих друг друга на протяжении всего шоу

и ведущих с героями разговоры один на один. Работодатели Хан-ны, Марни и Рэя дают своим подчиненным разные рекоменда-ции как дисциплинарного (приходить вовремя), так и общего ха-рактера о поведении на рабочем месте, например о соблюдении дресс-кода, границах профессионального общения (так называе-мая вежливая незаинтересованность) и т.п. В четвертом сезоне Ханна устраивается учителем в школу и подает материал уче-никам так, как это делал бы их старший приятель по спортивной секции, а не взрослый наставник. Она начинает дружить с одной из учениц, которую позже уговорит проколоть себе язык. Дирек-тор школы вызывает Ханну в кабинет, чтобы поговорить о субор-динации, но, несмотря на многочисленные примеры и повторе-ния (слово *boundaries*, границы, было произнесено не менее пяти раз), юная учительница не только не соглашается, но и сообще-ет директору о своей недавно открытой гомосексуальности. Этот комичный эпизод мог бы украсить сборник рекомендаций о том, как не нужно начинать карьеру, особенно в сфере образования. Подобные эпизоды адресованы именно молодому зрителю в ка-честве неявного наставления от самой Ханны. Популярный фор-мат сериала, да и еще столь откровенного, как нельзя лучше под-ходит для поколения *Twitter* и *Snapchat*.

К черту специальность

Специальность не имеет значения. Я был литера-туроведом, а толку ноль. К тому же я сейчас весь в деревообработке — так честнее.
Адам (*Girls*, 1-я серия, 1-й сезон)

Герои *Girls*, об образовании которых нам хоть что-то известно,— сплошь гуманитарии: Ханна и Марни окончили Оберлинский колледж, Адам признается, что когда-то был литературоведом, Шошанна оканчивает Нью-Йоркский университет по програм-ме «Культура, медиа и коммуникации», а Рэй и вовсе мечтает завершить программу *PhD* по латинскому языку и литературе. То есть ко всем ним применимы известные шутки про свобод-ную кассу, которые любят отпускать выпускники технических специальностей в адрес гуманитариев.

Вопрос специализации, с которой студент покидает универ-ситет или колледж, поднимается уже в первой серии, когда Хан-на обсуждает с Адамом ее увольнение с неоплачиваемой годо-

вой стажировки. По мнению Адама, полученная специальность не имеет значения (см. вынесенную в эпиграф цитату), тогда как Ханна считает себя специалистом по английской литературе и даже устраивается в школу учителем, а Шошанна и вовсе получает предложение уехать в Токио в качестве менеджера по коммуникациям между японским и американским отделами, что, по ее словам, полностью соответствует ее специализации¹⁰.

Но так ли важно работать по специальности, которую ты получил на гуманитарном факультете колледжа или университета? Чтобы ответить на этот вопрос, вернемся к фигуре Рэя, дослужившегося до управляющего кофейней. В терминах Стэндинга Рэя вполне можно признать представителем salariata: у него стабильная занятость, постоянный доход и возможность самому выступать работодателем для прекариев — временных и не обеспеченных никакими гарантиями работников. С другой стороны, работа в кофейне и воспринимается как временная для студентов или выпускников, оказавшихся в трудной ситуации, когда используют любую возможность заработать, а не только те, что отвечают представлениям о профессиональной самореализации.

Карьера Рэя парадоксальным образом показывает, что гуманитарное образование дает нечто большее, чем специальность. Примечательно, что Марта Нуссбаум в своей книге «Не ради прибыли» оплакивает существенное сокращение гуманитарных дисциплин в университетах и подчеркивает гуманистические основания естественных и общественных наук (образное творческое и строго критическое мышление), которые жизненно необходимы для демократии¹¹. Именно критическое мышление, на значении которого в повседневной жизни часто настаивал в спорах с Шошанной Рэй, как кажется, помогает ему проделывать путь от равнодушного горожанина, пожелавшего изменить расстановку светофоров на своей улице, до политика муниципального уровня.

Ценность гуманитарного образования не ставится в *Girls* под сомнение. В «Бесстыдниках» жизнь на окраине не представлена праздной, напротив, показана как экстремальная и небезопасная: чтобы выжить, нужно знать, какой вклад ты можешь внести в семейный бюджет. Выдающейся фигурой в своей социальной роли

10. «Мое CV неполное, но у меня было достаточно работодателей, и я невероятно много знаю о корпоративном климате и что значит маркетинг в цифровую эпоху» (10-я серия, 4-й сезон).

11. Нуссбаум М. Не ради прибыли. Зачем демократии нужны гуманитарные науки. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. С. 16.

служит Лип — вундеркинд из трущоб, способный решить десятки задач и поступить за другого в любой вуз страны. Вся семья уговаривает его пойти в университет, и Лип получает предложение от профессора MIT не просто стать студентом, а заниматься научной работой в лаборатории робототехники. Университет представляется единственным качественным социальным лифтом. Воспользовавшись им, Лип может изменить будущее свое и своей семьи. Это яркий пример удачной рекламы высшего образования и науки, которой так не хватает в современных российских сериалах. Здесь уместно сослаться на оценку отечественной телевизионной продукции в сравнении с главным американским университетским ситкомом «Теория Большого взрыва», данную Виталием Куренным в статье для тематического номера «Логоса» «Теория большого сериального взрыва»:

Сериал «Теория Большого взрыва» поучительно сравнить с российским аналогом — «Универом», также претендующим на моделирование университетской жизни (по отдельным видам университетских зданий можно заключить, что речь в нем идет об РГГУ). Конечно, нет большого резона сопоставлять сложные и многоуровневые конструкции американских сериалов с довольно плоскими изделиями современного российского телепроизводства. Российский сериал представляет собой смесь сюжетов, основанных исключительно на теме личных взаимоотношений героев и анекдотах про олигархов из 1990-х, тогда как на научно-популярную тематику, исследовательскую культуру университета и т.п. там нет и намека. Что ж, какие университеты, такие и сериалы: одни доставляют, другие — унылые¹².

В «Бесстыдниках» очень важны семейные ценности и опора на соседское сообщество, тогда как в *Girls* мы видим максимально атомизированную среду с отдельными местами для развлечений (вечеринок), приема пищи (кафе и рестораны) и т.д. Судя по тому, как представлено городское пространство, город, кажется, становится своим и личным только для Рэя и лишь тогда, когда инфраструктура дает сбой, новый светофор отвлекает от медленного чтения, а восстановлением порядка на улицах может заняться только человек, закаленный в дискуссиях в университетской аудитории.

12. Куренной В. Унылая субстанция и доставляющие лулзы. «Теория Большого взрыва» и культура исследовательского университета // Логос. 2013. № 3 (93). С. 80–81.

Вместо послесловия

Для фанатского сообщества писать о *Girls* в 2015 году может показаться делом неблагодарным — сериал переживает нелегкие времена. Лена Данэм заявила, что последние два сезона вполне могут стать для шоу финальными, да и в четвертом герои значительно повзрослели и встали на ноги — почти все они трудоустроились и нащупали ту жизненную траекторию, которой с небольшими отклонениями можно держаться ближайшие годы. Разговор о сериальных героях как реально существующих социальных субъектах, конечно, возможен со множеством оговорок. Одна из них могла бы звучать так: мы говорим о героях *Girls* исключительно как о типичных представителях современного молодого поколения, занятого в креативных индустриях:

- писатель и блогер Ханна, она же вечный студент, как и Рэй, управляющий кофейней и ненавидящий хипстеров, что бы это устаревшее слово ни значило;
- Шошанна, незамолкающая, как *Twitter* Кэти Пэрри;
- Чарли, как и многие аутичные программисты удачно устраивающийся в мире, где прежде не было места слабакам;
- Марни, раздавленная катком современного искусства и выброшенная на обочину шоу-бизнеса с цитатником эффе́ктивного менеджера;
- неумный Адам, от которого после разочарования в актерской карьере можно ждать любого профессионального прыжка;
- Джесса, девушка из другой эпохи — у нее нет *Facebook*'а, а «Секс в большом городе» в ее представлении — это фильм.

Всех этих героев мы вроде бы уже видели 10 лет назад в том же «Сексе в большом городе»¹³ в другом профессиональном и социальном контексте. Но время изменилось: кабельное телевидение захватывает новые рынки, а независимое кино иногда может мимикрировать под телевизионный сериал. *Girls* дает пищу отдельным дискуссиям по гендерным вопросам, поколенческим разрывам, проблемам джентрифицированного простран-

13. Zeveleva O. From *Friends* to *Girls*: The Obsessive Self-awareness of Millennials // Lemon. Iss. 2: Friendship. 5.04.2015. URL: <http://lemonquarterly.com/2015/04/05/from-friends-to-girls-the-obsessive-self-awareness-of-millennials-a-review-by-olga-zeveleva/>.

ства и т.д., что позволяет говорить о многослойности этого культурного продукта. Как и в случае с хорошей художественной литературой, *Girls* при каждом новом обращении расширяет горизонт ожиданий.

Литература

- Adalian J. For HBO, Game of Thrones Ratings Second Only to The Sopranos // Vulture. 6.06.2013. Режим доступа: <http://www.vulture.com/2013/06/game-of-thrones-huge-ratings-chart.html>.
- HBO's Girls: Questions of Gender, Politics, and Millennial Angst / B. Kaklamanidou, M. Tally. Newcastle, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2014.
- Sayers S. The Concept of Labour, Marx and his Critics // Science & Society. 2007. Vol. 71. № 4.
- Zeveleva O. From Friends to Girls: The Obsessive Self-awareness of Millennials // Lemon. Iss. 2: Friendship. 5.04.2015. Режим доступа: <http://lemonquarterly.com/2015/04/05/from-friends-to-girls-the-obsessive-self-awareness-of-millennials-a-review-by-olga-zeveleva/>.
- Абрамова Е. «Менеджер» vs. «девочка» // Colta.ru. 13.05.2013. Режим доступа: <http://archives.colta.ru/docs/21801>.
- Горц А. Нематериальное. Труд, знание и досуг. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2010.
- Куренной В. Унылая субстанция и доставляющие лулзы. «Теория Большого взрыва» и культура исследовательского университета // Логос. 2013. № 3 (93). С. 75–83.
- Нуссбаум М. Не ради прибыли. Зачем демократии нужны гуманитарные науки. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.
- Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М.: Ad Marginem, 2014.

Labor, Education, and the Social Function of Money in Popular Culture: the case of HBO *Girls*

Alexander Suvalko. MA in Cultural Studies, Manager at the Cultural Studies Laboratory of the Center for Fundamental Research of the National Research University—Higher School of Economics. Address: 21/4 Staraya Basmannaya Str., 105066 Moscow, Russia. E-mail: suvalko@gmail.com.

Keywords: post-industrial society; TV series studies; popular culture; social meaning of money; unconditional income; precariat; freelance.

This article presents an analysis of the TV series *Girls* in the context of how current labor market conditions are perceived by the “Y-generation.” The article also examines the Y-generation’s attitude towards the institution of education to the social

function of money. The HBO series *Girls* has been chosen for analysis because this show seems to address the most fundamental issues of our time, as it was created by “twenty-somethings” for their peers. The article focuses on the attitudes of today’s “twenty-somethings” towards labor, education, careers, success, money.

Aiming to fill the gap in academia’s limited attention to the analysis of TV shows, the author examines *Girls* through a contemporary theoretical perspective of immaterial labor, looking at the themes of education, and salary. These perspectives are applied in a thorough analysis of lines from the characters on the TV show.

On the basis of the show, the author also addresses the question of the rele-

vance of the humanities in the 21st century. This article additionally draws parallels between *Girls* and other TV series, such as *How to make it in America* (HBO, 2010–2011) and *Shameless*

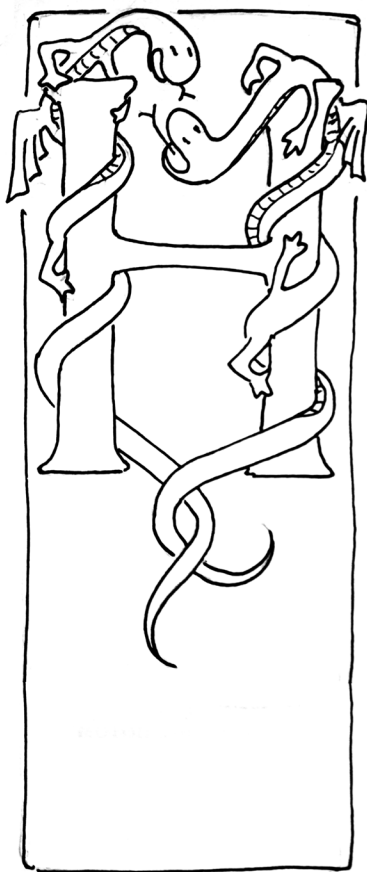
(Showtime, 2011—ongoing) that touch upon similar themes. The suggested approach addresses themes beyond common debates on plot lines and acting.

References

- Abramova E. “Menedzher” vs. “devochka” [“Manager” vs. “girl”]. *Colta.ru*, May 13, 2013. Available at: <http://archives.colta.ru/docs/21801>.
- Adalian J. For HBO, Game of Thrones Ratings Second Only to The Sopranos. *Vulture*, June 6, 2013. Available at: <http://vulture.com/2013/06/game-of-thrones-huge-ratings-chart.html>.
- Gorz A. *Nematerial'noe. Trud, znanie i dosug* [L'immatériel. Connaissance, valeur et capital] (trans. M. M. Sokol'skaia), Moscow, Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2010.
- Kaklamanidou B., Tally M., eds. *HBO's Girls: Questions of Gender, Politics, and Millennial Angst*, Newcastle, UK, Cambridge Scholars Publishing, 2014.
- Kurennoy V. Unylaia substantsiia i dostavliaiushchie lulzy. “Teoriia Bol'shogo vzryva” i kul'tura issledovatel'skogo universiteta [The Durp Substance and Delivering Lulzes. “The Big Bang Theory” and a Culture of Research University]. *Logos. Filosofsko-literaturnyi zhurnal* [Logos. Philosophical and Literary Journal], 2013, no. 3 (93), pp. 75–83.
- Nussbaum M. *Ne radi pribyli. Zachem demokratii nuzhny gumanitarnye nauki* [Not for Profit. Why Democracy Needs the Humanities] (trans. M. Bendet), Moscow, Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2014.
- Sayers S. The Concept of Labour, Marx and His Critics. *Science & Society*, 2007, vol. 71, no. 4, pp. 431–454.
- Standing G. *Prekariat: novyi opasnyi klass* [The Precariat: The New Dangerous Class] (trans. N. Usov), Moscow, Ad Marginem, 2014.
- Zeveleva O. From Friends to Girls: The Obsessive Self-awareness of Millennials. *Lemon*, 2015, iss. 2. Available at: <http://lemonquarterly.com/2015/04/05/from-friends-to-girls-the-obsessive-self-awareness-of-millennials-a-review-by-olga-zeveleva/>.

Сторителлинг:
от Шахерезады
к племяннику
Фрейда

От редакции



На заре европейской рациональности философу считалось незачем прибегнуть к *muthos*, когда *logos*’у не хватало слов. Потом их пути разошлись. Риторика против логики, линия Гомера и Шахерезады против линии Аристотеля и Фреге. Их пересечения столь же многочисленны, сколь глубоко взаимное отторжение. Последняя глава в философском регистре — движение от структурализма к дискурсу, от не данных в опыте схематизмов — к *surface effect*, где за историей лежит только другая история. Следующий поворот был уже поворотом нарративным (*narrative turn*).

Какие ставки кроются за словом «сторителлинг», замелькавшим с недавних пор сначала не в нашей, а потом и в нашей литературе? Для Фрейда (и тем более Лакана) «история жизни» пациента-анализанта была материалом для обнаружения швов, «пупов» и складок. Но уже

Эдвард Бернайс, племянник Фрейда, перековал *Witz* в логотип, свел сторителлинг к пропаганде, разводке, к сноровке втюхивать товар, обросшей новыми приемами не столько почтенной нарратологии, сколько «науки о рекламе» и вовсе сомнительного имиджмейкерства. Другие же возводят сторителлинг ни больше ни меньше как в искусство жить счастливо, что в обществе спектакля равносильно умению представлять жизнь как успешную. Жизнь удалась, прежде всего если удастся придать ей *товарный* вид. Индустрия создания новых потребностей — это прежде всего машина по производству историй. Стертую техническим воспроизводством ауру товара призвана заменить история его создания и история его создателей. Причем бизнес предпочитает называть истории... философиями (см. *philosophy of the firm*: 5,5 млн на Google), что примечательно, но неудивительно, поскольку в самой философии на смену системам в немалой степени пришли «ситуации», «описания», «чувствительности», афористичное, исповедальное и биографичное.

То же и с «множествами». В атмосфере кризиса «политического» и тотального недоверия политическим идеям на место программ, стремившихся убедить, заступили истории, задача которых — тронуть. История народа начинается с удачной байки про его происхождение. Истории пишутся, слава богу, не только победителями, ведь и побежденный, ставший автором — обладателем истории, не вполне побежден. Пороги фирм и правительств обивают новые шахерезады, знатоки и продавцы искусства рассказывать сказки. Кажется, успех (эта современная отрывка древних *eudamonia* и *kairos* или же более современного *virtù*) без знания того, как рассказывать его, успеха, историю, уже просто невозможен. Некоторые исследователи феномена (Кристиан Сальмон) относят его бум (если и не рождение) к Америке 90-х годов XX века. Другие (Фредерик Мартель) указывают на анахроничность такого подхода: такие же «советники по коммуникации», такие же *spin doctors*, как у Буша-отца, служили и Рейгану, и Кеннеди, и они выросли в питательной среде «клубов сторителлинга», восходивших еще к «черному», рабскому сказительству и распространившихся в Америке, особенно на Юге, в конце XIX века (оттуда вырос и, например, Фолкнер).

Скачок, впрочем, очевиден. Шахерезаде уже мало рассказывать *stories*, она хочет писать *history*. В доме хозяйничает «новый нарративный порядок», а «критика нарративного разума» (Жан-Пьер Фай) пока робко топчется на пороге.

Михаил Маяцкий

Сумеречное
воображение:
вымысел, миф
и иллюзия

Фредерик Нейра

Перевод с французского
Марины Бендет
по изданию:
© Neyrat F. L'imagination
crépusculaire // Multitudes.
2012. № 1(48). Р. 135–144.
Публикуется с любезного
разрешения автора

Доктор философии, доцент отделения сравнительного литературоведения Висконсинского университета в Мэдисоне.

Адрес: 934 Van Hise Hall, 1220 Linden Dr.
53706–1557, Madison, WI 53706, USA.
E-mail: neyrat@wisc.edu.

Ключевые слова: сторителлинг; фикция; воображаемое; реклама; немецкая классическая философия; психоанализ.

Сторителлингу, как и всем фикциям капитала, свойственно вытеснение той ночной сущности воображения, которую Гегель сравнивал с «ночью мира». Отправляясь



Сторителлингу и прочим невероятным историям, всем фикциям капитала, кажется, свойственно вытеснение той ночной сущности воображения, которую Гегель сравнивал с «ночью мира», Фихте — с изначальным представлением о чувственно данном, а Шеллинг — с силой воображения, о-формления (*in-formation, Einbildungskraft*) абсолютной бесформенности. Отправляясь в данном вопросе от немецкого идеализма, я называю *сумеречным воображением* то, что предшествует формированию миров, мифологическим созданиям, а равно и произведениям кино. Этим последним и посвящено настоящее исследование. Если фик-

от немецкого идеализма, автор называет *сумеречным воображением* то, что предшествует *формированию* миров, мифологическим созданиям, а равно и произведениям кино. Некоторые выявляемые функции великих нарративов (чей закат возвестил Жан-Франсуа Лиотар) и мифов в действительности не исчезли: они изменились, обрели новое место и интенсивность. Невозможно понять то, что пытается передать воображение, не отсылая его к бессознательному и к негативности. Слишком часто в состоянии глубокой спячки оказывается способность антикапиталистической политики объяснять, возобновлять, проецировать, передавать созидательное воображение.

Мы постепенно просыпаемся. Но прежде всего нам не следует использовать это пробуждение, чтобы бежать от наших снов об освобождении: Славой Жижек вслед за Жаком

Лаканом и Зигмундом Фрейдом напоминает, что порой мы просыпаемся лишь для того, чтобы избежать столкновения с тем *чистым*, нестерпимым *желанием*, которое дает нам сон. Проснуться, чтобы продолжать спать... Цель — не политизировать эстетику сна, а выяснить параметры воображения в политике. Известно катастрофическое использование мифа в нацизме (Филипп Лаку-Лабарт, Жан-Люк Нанси). Но возникает вопрос, возможно ли, желательно ли избавление политики от *всякого* воображения. Автор предполагает, что никакая работа по созданию подлинного вымысла не может и не должна обходиться без такого *мифосозидания*, предполагающего локальные галлюцинаторные образования, объединяющие в себе восприятие и воображение. Нет никаких оснований оставить на откуп капиталу все пространство воображаемого, на которое он посягает.

ции о капитале могут умело использовать некоторые эффекты такого воображения, применять определенные его свойства, то они все же не в состоянии высвободить его *заряд* — и это нам следует взять на себя, в эстетическом и политическом плане, во имя *психической экономики сделанного воображением вклада*, оставляющего место как для пассивности, так и для безобразности.

Зарядные устройства

О каком заряде идет речь? О какой задаче, какой интенсивности? Каковы будут его баллистика и его цели? В середине 1970-х годов Жан-Франсуа Лиотар сумел констатировать конец «метанарративов» — повествований, имеющих «легитимирующую функцию». По мнению Лиотара, общей функцией крупных нарративов и мифов является легитимация социальных институтов и практик. Но если мифы ищут свою легитимацию в некотором изначальном действии, то метанарративы обосновывают свое существование «будущим, которое следует создать, то есть идеей, которую необходимо воплотить в жизнь», будь то свобода, просвещение,

социализм или же «общее обогащение»¹. Пора проверить это общепринятое предположение как с эстетической, так и с политической точек зрения. Я, в частности, считаю, что некоторые выявляемые функции крупных нарративов и мифов в действительности не исчезли: они изменились, детерриторизировались либо ретерриторизировались, обрели новое место и интенсивность. Чтобы это показать, необходимо вновь выявить место и функцию воображения, а также того, чем творение — в самом радикальном смысле слова — обязано воображению. Невозможно понять то, что пытается передать воображение, не отсылая само воображение к предположению о бессознательном и к определенной форме негативности, независимо от того, активно ли в данный момент воображение или пассивно. Опираясь на психоанализ и на немецкий идеализм, я постараюсь показать, что существует три типа воображения — от наиболее безобидного до наиболее опасного, от самого очевидного до совершенно парадоксального.

И напротив, слишком часто в состоянии глубокой спячки оказывается способность антикапиталистической политики объяснять, возобновлять, проецировать, передавать созидательное воображение. Лишь будущее сможет показать, какое из ныне происходящих событий имеет значение — европейское движение «разгневанных» (*indignados*) или бурное распространение явления *Occupy Wall Street*. Мы постепенно просыпаемся, но прежде всего нам не следует использовать это пробуждение, чтобы бежать от наших снов об освобождении: Жижек² вслед за Лаканом и Фрейдом напоминает, что порой мы просыпаемся лишь для того, чтобы избежать столкновения с тем *чистым*, нестерпимым *желанием*, которое дает нам сон. Проснуться, чтобы продолжать спать... Но существует ли такое радикальное направление в политике, которое в ходе истории хотя бы однажды — на счастье или на беду — не оказалось сомнамбулическим?

Я не стремлюсь здесь «пришить» политику к эстетике сна, к искусству (Бадью) или к мифеме (Лаку-Лабарт), и было бы непоследовательно осмысливать политику на основании эстетики. Однако мы знаем, сколь катастрофическим образом использовался миф в нацизме — по этому поводу Филипп Лаку-Лабарт и Жан-Люк Нанси написали несколько решающих текстов³: гал-

1. Lyotard J.-F. Le Postmoderne expliqué aux enfants. P: Galilée, 1986.

2. Žižek S. Looking Awry. Cambridge: MIT Press, 1992.

3. См., напр.: Lacoue-Labarthe Ph., Nancy J.-L. Le mythe nazi. La Tour d'Aigues: Editions de l'Aube, 1991.

люцинирование о формировании чистой нации дается лишь ценой истребления того, что такой общности противостоит. Тем не менее сразу же возникает несколько проблем:

1. Следует ли избавляться от любого вымысла в политике? Если да, то какой ценой (если только это не вымысел о реальном без какого-либо воображаемого, кроме самого капитала)?
2. Если нет, возможно ли очистить вымысел от всего «мифологического»? Не это ли в действительности и называется *сторителлингом*?
3. Должна ли «мифологическая» составляющая осмысливать себя в соответствии с представлениями Лаку-Лабарта и Нанси как идентификационный элемент, функцией которого является мечтание о самопроизводстве абсолютного предмета? Разве это не всего лишь одно из возможных *использований* такой составляющей? И существуют ли другие?

Мое предположение состоит прежде всего в том, что никакая работа по созданию подлинного вымысла не может и не должна обходиться без такого *мифосозидания*, предполагающего локальные галлюцинаторные образования, объединяющие в себе восприятие и воображение. В отличие от Гегеля, Гёльдерлина и Шеллинга в 1796 году, я не ищу «новую мифологию», однако считаю жизненно важным возврат к созидательному воображению, на котором построены мифы. Моя задача не в том, чтобы имитировать сцену мифа (это было бы столь же гротескно, как и возвращение языческих богов), но в том, чтобы поощрять вымышленные пространства (сценические, литературные, виртуальные), в которых тело наблюдателя, читателя, зрителя может быть *заряжено* тем, чего недостает фикциям капитала. Расположенные между Единым мифической идентификации и неолиберальным рассеянием, избавленные от груза чистого происхождения, равно как и от всякого телеологического вектора, эти *сумеречные пространства* единственно способны отделить настоящее от самого себя.

Подлинная история сторителлинга

Реклама, *мягкая* пропаганда и дискурс политиков сегодня рассказывают нам истории, побуждающие покупать, голосовать, вести себя определенным образом. Это — *сторителлинг*. По мнению Кристиана Салмона, *сторителлинг* заключается не в пе-

рассказывании прошлого опыта, он «намечает линию поведения, направляет эмоциональные потоки», что приводит к «отождествлению себя с моделями» и к «соответствию протоколам»⁴. Подобные рассказы «исследуют не условия возможного опыта, а способы его подчинения». Их цель — не соблазнять и не убеждать, но «создавать эффект веры, убеждения».

Это совсем не новое явление. Разве не всегда верховные институты стремились создавать «убеждения», обрисовывать «поведение» на примере «моделей» и «протоколов»? Таким образом, достаточно следовать территориализациям верховной власти для того, чтобы узнать имена глашатаев тех сил, которые стремятся завладеть воображаемым. А это предполагает, что нам следует выйти из предложенных Фуко рамок, связанных с исследованиями в терминах власти, властных отношений и власти над отношениями. Ведь всегда найдется нечто или некто, чтобы, если это будет необходимо, хлопнуть вас по плечу и попросить засунуть ваши права куда подальше. Сегодня государство подчиняется рейтинговым агентствам, финансовым рынкам и транснациональным компаниям. Именно они пытаются определять линии поведения и будут продолжать заниматься этим, пока ничто им в этом не помешает.

Проблема состоит, скорее, в том, чтобы рассмотреть, что происходит, когда производство убеждения находится в руках специалистов по коммуникации, политтехнологов и прочих инженеров духа. И здесь следует отметить исключительную скудость используемых пока историй. Это вымысел низкой интенсивности. Если глава компании хочет продать один из филиалов своей компании, он говорит потенциальным покупателям: «Я расскажу вам красивую историю» — и рассказывает о росте товарооборота. Думать, что люди могут быть одурачены и этакой красотей, и самой этой историей, значит предполагать в них ту степень слабоумия, которая больше говорит о циничности аналитика, нежели о предполагаемом уровне мыслительного развития людей. Думать, что реклама рассказывает истории, на основании которых формируются акты потребления, — значит не только использовать слово «история» в весьма низком его значении, но и ошибаться относительно причин, вызывающих покупку: такие причины связаны не с эффектом веры, но с техниками оглупления, создавать которые призваны торговые центры (этот

4. *Salmon Ch. Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits.* P.: La Découverte, 2007. P. 16–17.

выдающийся пример современного нагруженного, то есть фактически *разгруженного*, пространства) с помощью шизогенного освещения и прочих нездоровых спецэффектов.

Мы сразу же видим абсурдность желания противостоять *сторителлингу* напрямую, по горизонтали: это будет равносильно тому, чтобы противопоставлять одной коммерческой кампании другую такую же, какими благими политическими намерениями она ни была бы исполнена. Любой проект, представляющий собой попытку произвести контрфикции, для начала должен будет задаться вопросом о том, что же вытеснено в таком *сторителлинге*, то есть использовать для анализа вертикальную рамку, позволяющую выявить причины его скудости. Отныне мы будем отмечать использование идентификационной схемы, которую Лаку-Лабарт и Нанси относили к схеме мифической. Но неолиберальные фикции стремятся произвести такой «тип» гибких человеческих существ, который бы не слишком цеплялся за предлагаемые ему убеждения, поскольку в наши дни всякий должен обладать способностью к быстрой смене убеждений. Первый урок: *идентификационно-коллективная функция территории* реализовалась в неолиберальных фикциях. Парадигма Гарри Поттера: пустой персонаж, который может быть заполнен чем угодно. Но это форма идентификации, беспрестанно стремящаяся к самоопровержению, не желающая удовлетвориться каким-либо именем собственным и рискующая испытать идентификационную тревогу, которую капитализм умело подогревает ради значительной собственной выгоды — управления субъективными настройками, необходимыми для его постоянного преобразования.

Бессознательное, отрицание и воображение

Какое же воображение задействовано в таких автоматических фикциях? Можно утверждать, что неолиберальные фикции представляют собой имманентные психологические объекты, нацеленные на создание поверхностных эффектов. Шеллинг в своей «Системе трансцендентального идеализма» различает: а) естественное производство, идущее от бессознательного к сознательному; б) художественное производство, предполагающее движение от сознательного к бессознательному; в) ремесленное производство, располагающееся в плоскости «сознание–сознание». Именно в этой плоскости развивается сторителлинг, сродни в этом эпохе, стремящейся добровольно отгородиться

от всякого представления о реальности внешнего, о радикальной инаковости или об опасном изменении. Проще говоря, сегодня мы не верим в существование бессознательного. Эгопсихология, с которой Лакан бился в 1950-е годы, сегодня прочно обосновалась в умах (см. очаровательный, впрочем, сериал канала НВО под названием *In Treatment*). Разумеется, это не мешает бессознательному существовать, то есть находить свое воплощение в жизни в виде подавлений, симптомов, тревоги, оговорок или снов. Но такое воплощение отрицается, то есть заново воплощается, в том, чем оно не является, через использование психотропных средств или когнитивистско-поведенческих терапий, через любые дискурсы, делающие из человека «Я», привязанное к телу в соответствии с ограничительной (нормативно-инстинктивной) трактовкой «Я». В наше время не зря наблюдается сужение уголовной невменяемости для сумасшедших. И не зря организатор террористических актов в Осло в июле 2011 года будет считаться «террористом», а не душевнобольным, выражающим коллективный симптом. Когда перестаешь верить в бессознательное и в вытеснение, начинаешь контролировать.

Однако отрезанное от бессознательного воображение *функционализируется*, то есть сводится к глобальной *направленности* на воспроизводство: я представляю себе то, чего не вижу, как нечто идентичное, разве что с минимальными вариациями, тому, что я уже видел. И напротив, *дефункционализированным* воображением мы называем способность создания образа, уже не имеющего строгой привязки к воспоминанию. В этом темном лесу я воображаю то, чего еще никогда не видел. Это «ночь мира», о которой говорит Гегель, ночь «бесконечно множественных образов» — «то тут внезапно является окровавленная голова, то там какое-то белое видение, и так же внезапно исчезают», бесконечно подвижные формы с размытыми контурами. «Ужасная» ночь, которую можно увидеть в глазах всякого человека, ведь «человек и есть эта ночь»⁵. В объяснении, предваряющем это невероятное описание, Гегель уточняет важную вещь: определенный здесь образ представляет собой «объект, устранный в качестве сущего». *Такое воображение дефункционализируется только фактом совершения операции по отрицанию того, что есть*, в пользу того, что не существует или же едва существует, еще не существует либо существует на короткое время. Если символ

5. Hegel G.W.F. Philosophie des Geistes. Jenaer Systementwürfe III / D.Henrich (Hg.). Hamburg: Meiner., 1987. S. 172.

придает идеальную консистенцию такому не-существованию — в форме понятия, слова, любого рода символической и постоянной абстракции, — то можно сказать, что образ ночи мира обладает парадоксальным статусом, являясь одновременно не-существующим и не-символическим, своего рода промежуточным пространством, откуда, кажется, могло бы возникнуть все что угодно; подвижным пространством, *неподвластным субъекту, таким, которым субъект не может завладеть*. Бессознательное — это как раз такой разрыв в действии, такое фундаментальное отрицание, такое искажение, открывающееся в пространство воображения. Но какого? Ведь сам термин неоднозначен. На деле имеется три типа воображения:

- 1) *дневное воображение*, «воспроизводящее производство», приблизительно калькирующее реальность. Дневное воображение зависит от пространства воспроизведения, символики и сознания, оно прекрасно обслуживает фикции капитала, которые умело внедряют в него свои нормы и, просочившись в него, формируют реальность;
- 2) *ночное воображение*, порождающее поток образов, которые появляются на экране психики, притом что сознание не принимает относительно них какого-либо решения. Воспроизведение здесь подвижно, оно тесно связано с принципом «ночи», который постоянно его отменяет, погружая в пространство без образов. Здесь снова ничто не мешает господствующим силам использовать такую подвижность, такую онтологическую гибкость, но тем не менее уже недовольно рокошет ночь;
- 3) *какая ночь?* Гегель говорит нам о «ночи мира», однако описывает нам лишь мир ночи. Назовем *сумеречно-творческим*⁶ *воображением* то, что стремится не столько, в терминологии Лакана, к (подвижному) воображаемому и к (стабильной) символической, сколько к (искаженной) реальности. Если первые две формы воображения предполагают отрицание и бессознательное (иначе говоря, вытеснение), то последней *не хватает отрицания*. Она утверждает, *самоутверждается, рискуя отрицать существующее в пользу несуществующего*. Такова присущая ей опасность.

6. В оригинале — *imagination cré(e)pusculaire*, что отсылает нас одновременно и к *stépusculaire* («сумеречный»), и к *créer* («творить, создавать»). — Прим. пер.

Теория сумеречно-творческого сознания

Известно, что Фихте беспрерывно пытался описать такое творческое воображение, которое пусть и не создает напрямую, подобно богу, бытие, но является тем, *посредством* чего что-либо представляется как воспринимаемое, *определяя так или иначе* то, что полагает «Я». Такое воображение создает не иллюзию реальности, но саму воспринятую (а не просто доступную восприятию) реальность до всякого разделения на истину и ложь. Согласно «Наукоучению», «Я» не знает, что воображение создает такую реальность, так как подобное действие не «рефлексивно, оно не приписывается „Я“»: «мы не осознаем» образ, которым такая данность «представлена рассудку», такое первоначальное представление остается недостижимым для сознания. «Отсюда наша четкая убежденность в реальности вещей, существующих вне нас, независимо от всякого вмешательства с нашей стороны, так как мы не осознаем силы, которая их производит». Уверенность в существовании того-что-вне-нас связана, следовательно, с онтологической неспособностью непосредственного ухватывания воображением — в нем как таковом нет ничего, кроме того, *посредством* чего осуществляется определение; оно — своего рода изначальное опосредование. Присущее ему бессознательное — из разряда не вытеснения, а не-существования, признака бессилия, изначально закрытого доступа. Да будет благословенно это бес-сознательное, ведь без него фихтевское «Я» погрузилось бы в мир образов и двойников... Одним словом, было бы неверно полагать, что вещи естественным образом существуют вне нас, что реальность положена вне нас без всякого вмешательства с нашей стороны. Мы просто не осознаем самого факта нашего вмешательства, это происходит как бы помимо нас. Но и, напротив, верить в то, что реальности не существует и что все есть иллюзия, потому что все изначально является плодом воображения, было бы столь же неверно. Ни вуали, которую нужно поднять, ни истины, скрывающейся за иллюзией: подобное воображаемое производство неизбежно и основополагающе.

Психология и нейробиология, возможно, смогут предоставить нам некоторые дополнительные разъяснения относительно реальности такого воображения. В ходе нашего биологического развития мы никогда генетически не ассоциировали *одну* реальность с каким-то *одним* образом, *одно* восприятие с *одним* представлением: наше отношение к миру составляет то, что Франческо Варела называет «странными петлями», «само-

настраивающимися рекурсивными процессами», которые, запутывая связи, соединяют реальность с воображаемым⁷. Сюда следует добавить разъяснение такого *изначального переплетения*. Лобные доли мозга, отвечающие за способность человека фокусировать внимание, достигают зрелости только примерно к 20 годам. В период от рождения и до 3 лет лобные нейроны не покрыты миелином; в это время наблюдается производство самых разных нейронов, что приводит к переплетению результатов чувственного восприятия, эмоций и образов-воспоминаний. Таким образом, сознание «расширено», как поясняет Элисон Гопник (профессор психологии в Беркли⁸), а разум открыт без разбора всему, что ему дано. Преимущество для отбора — в дарвиновском смысле — такой анатомической и функциональной незрелости лобных долей состоит в возможности временного расширения и активизации способностей к обучению и открытию нового при предоставлении полной свободы воображению. В ходе эксперимента, проведенного в 2004 году в израильском исследовательском институте Вайцмана, нейробиолог Рафаэль Малах, используя магнитно-резонансный томограф, показал, что во время кинопросмотра лобные доли мозга у взрослых людей пассивны...

Такое слияние восприятия с воображением обретает в галлюцинации одно из самых значимых своих выражений. Действительно, галлюцинация — это место фундаментального утверждения, предмет которого располагается в «галлюцинаторном удовлетворении желания», если использовать выражение Фрейда: согласно ему, желание во сне *галлюцинировано*, в форме галлюцинации оно обретает веру в реальность своего воплощения. Можно сказать, что в отличие от фихтевского воображения галлюцинаторная активность не только определяет предмет, но и помещает его на место «Я». Однако в обоих случаях оспаривается представление о реальности, которая для субъекта якобы безусловно предшествует воображению. Подчеркнем еще раз

7. Восприятие всегда связано с предварительными отображениями, которые сообщают ему: в конкретной точке, где нервное волокно подключается к коре головного мозга, подключается и множество других волокон, идущих от других участков мозга. Есть лишь узлы и сети. Что означает, что невозможно следить за *одним* нервным волокном, пока не обнаружится *единственное* восприятие, являющееся *единственным* источником отображения. См.: Varela F. Autonomie et connaissance. P.: Seuil, 1989.

8. Gopnik A. Comment pensent les bébés? P.: Le Pommier, 2007.

этот важнейший пункт: здесь никоим образом не утверждается, будто галлюцинация заменяет собой реальность; речь лишь о том, что существуют такие выражения сумеречного сознания, через которые смешиваются реальность и воображение. Именно так нам и следует переосмыслить и перевернуть идеи Фихте: вместо того чтобы просто рассматривать способность некоего «Я» воображать реальность, нам следует локализовать перепутанные частицы сумеречно-творческого сознания. Эти последние изначально избегают «Я» и находят воплощение в психических или технических (психотехнических) образованиях.

Миф и кино

В какой художественной форме находит свое наиболее яркое выражение воображение такого типа? Здесь нам может оказать полезным обращение к Шеллингу. Попробуем осмыслить это положение шеллинговской «Философии искусства»: «Поскольку поэзия являет собой то, что о-форм-ляет (*Bildende*) материю, так же, как искусство в своем узком значении являет собой то, что о-форм-ляет форму, постольку и мифология представляет собой абсолютную поэзию, иначе говоря — поэзию вообще (*in Masse*)». Шеллинг признает наличие у воображения (*Einbildungskraft*) мощи, силы о-форм-ления, без которой не существовало бы никакого обособления Абсолюта. Если в теоретическом плане мне не близка идея такого нисходящего онтологического движения (в — свободном — падении Абсолюта в сторону частного), я все же придерживаюсь здесь представления о первоначальном о-форм-лении, объединяющем, если использовать словарь Шеллинга, реальное и идеальное:

Тот, кто еще может спрашивать, как такие высокообразованные умы, как греки, могли верить в действительность богов... только доказывает, что он сам не дошел еще до того уровня образованности, при котором как раз идеальное есть действительное, и много действительнее того, что именуют действительным. В том смысле, в каком обыденный рассудок верит в действительность чувственных вещей, те люди вообще не мыслили богов и не считали их ни действительными, ни не-действительными. В более высоком смысле они были для греков более реальны, нежели всякая иная реальность⁹.

9. Русский перевод цитируется по изданию: Шеллинг Ф. В. Й. Философия искусства. М.: Мысль, 1966. С. 90–91. — Прим. пер.

Что касается этих греческих богов, то речь идет не о том, чтобы истолковать их каким-либо образом; *они не означают, они существуют*¹⁰ в соответствии с онтологическим реестром, который, как говорил уже Фихте, не является ни верным, ни ложным, ни эффективным, ни неэффективным, но почти *над-реальным*, галлюцинаторным или хотя бы содержащим галлюцинаторную составляющую, без которой эти боги были бы лишь типичными элементами некоего *сторителлинга*...

Моя гипотеза заключается в том, что кино, говоря словами Бергсона, являет собой наиболее современную «машину по производству богов». В этом смысле оно — наша *поэзия вообще (en masse)*. Если — вновь обратимся к Шеллингу — мифология представляет собой «первое смутное предчувствие вселенной», следует признать то же свойство и за кино: космологическую или космополитическую составляющую. Последняя представляет собой интегрирующую способность кино, которую я назвал бы *онтологическим пылесосом*¹¹, способным организовать работу совокупности чувствительных механизмов. Как «мифологические поэмы не могут считаться ни намеренными, ни ненамеренными», ибо они не были изобретены с расчетом на какое-либо значение, но такое значение присовокупилось к их бытию, так и кино *определяется прежде всего через способ существования*. По этой причине одинаково абсурдно говорить и «я не верю, что персонажи фильмов действительно существуют», и «я верю, что они существуют». Здесь идеал эффективен, а кино реальнее, чем реальность. Отсюда и поверхностность кинематографических интерпретаций, разбирающих значение, еще не проанализировав форму. Некоторые фильмы отлично иллюстрируют такое мифосоздающее свойство кино: «2001, Космическая одиссея» (Стэнли Кубрик, 1968), «Свет» (Сулейман Сиссе, 1987) или «Нефть» (Пол Томас Андерсон, 2007). Всякий раз в тишине демонстрируется первоначальная сцена, отсылающая к вневременному, к незапамятному, к без-образному, которое и создает возможность для памяти, исторической хронологии и образов. Всякий раз, как отметил в «Голом человеке» Клод Леви-Стросс, интерпретация сама становится элементом мифа.

10. «У Гомера, как и всегда в представлениях пластических искусств, мифы используются не в аллегорическом значении, но с абсолютной поэтической независимостью, как самодостаточная реальность» (Там же).

11. См. в этой связи мою статью: *Avances sur images* в журнале *Rue Descartes: Neyrat F. Avances sur images // Rue Descartes. Octobre 2006. № 3 (53). P. 15–29.*

Исчерпывающее исследование могло бы показать наличие подобной мифосоздающей схемы и, казалось бы, в более классических полнометражных фильмах. Ведь, безусловно, есть фильмы, помещающие идеал ниже идола, мифическое ниже *сторителлинга*, сумеречно-творческое воображение ниже воображения дневного, — фильмы, как бы анестезирующие бессознательное. Давайте вновь вспомним Гарри Поттера, который отвергает незапамятное, делая выбор в пользу пригодного для употребления настоящего, или, точнее, использует незапамятное в качестве инструмента потребления: вместо того, чтобы открыться исключительности этого времени, он использует его, чтобы «уже всегда» устранить то, что могло бы стать уникальным. Фильмы такого типа фактически покидают сферу кино, чтобы подчиниться вполне узнаваемой силе — рекламным агентствам. В этом случае сумеречно-творческое воображение находится в своем наименее развитом состоянии. Машина по производству богов превращается в *Flash*-приложение для коммерциализируемой психической площадки, на которой все должно стать видимым.

Коллективное бессознательное кино-мира (*cinéma-monde*)

Остается неразрешенным следующий вопрос: видеоигры, которые все чаще и чаще представляют собой настоящие фильмы с настоящими актерами, не превзошли ли они уже кино? Не являются ли они, подобно виртуальным 3D-реальностям типа *Second Life*, еще более мощными объединительными пылесосами? Это вполне возможно, но, собственно, здесь и заключена проблема, которую нам следует решить: о каком превосходстве идет речь? В «Диалектике просвещения» Адорно и Хоркхаймер утверждают, что если «внешний мир» становится «простым продолжением того мира, который мы открываем в кино», то причина этого в том, что индустрия культуры, «превосходящая в данном отношении театр иллюзий», подменила собой способность к воображению отдельных людей: эта индустрия «более не оставляет воображению и разуму зрителей никакого измерения, в котором они могли бы двигаться». Если зритель может «отождествить» вымысел с реальностью, то причина тому в том, что ни одна игра, ни одно пространство, ни один интервал воображения не могут втиснуться между воспринимаемым культурной индустрии и воспринимаемым так называемой реальностью; «для воображения больше нет места» — индустрия культуры все «схематизирует» вместо нас. Важно здесь следующее: два эти

автора увидели, что проблема состоит не в подмене реальности фикцией, как часто ошибочно полагают, а в атаке на воображение. Но в каком смысле?

Кино — это искусство, скорее, не тотальное, а *мировое*. У каждого фильма имеется целый производящий его коллектив, мир, который нужно было создать или воссоздать, общество со своим сценаристом и своей парикмахершей. Не существует кино без сообщества, каким бы малым это сообщество ни было: супруги, братья (сколько в кино братьев!), группа друзей или потенциальная, воображаемая, чаемая группа. Какими бы ни были намерения мажоров от культуры, в кино происходит гораздо больше, чем предполагается изначально. Сколько групп сопротивления появилось в Индии или в Палестине после выхода фильма «Аватар», который при этом можно рассматривать в качестве инструмента перехода к иной материальной и психической экономике в сфере кино! В этом смысле кино всегда выявляет своего рода коллективное, или же транс-индивидуальное, бессознательное, неподвластное тем, кто кино производит. Перед лицом фильма ни один зритель не одинок, он входит в это произведение, оказывается внутри фильма не в том смысле, как если бы он просто был в нем изображен и идентифицировал бы себя с его персонажем, но потому, что он участвует в представленном в этом фильме транс-индивидуальном. В определенном смысле чем более фильм *мировой* (в значении, которое я уже пояснил), тем более мировым оказывается и его производительно-бессознательное воображение, неподвластное воле того, кто хотел бы его дезинфицировать в культурном смысле, чтобы сделать пригодным для всеобщего потребления. Такова, если хотите, *хитрость мира*. Несмотря на то, что некоторые фильмы, скажем, к примеру, «Бобро пожаловать»¹², были созданы, пожалуй, для того, чтобы защититься от этой хитрости. В них царит клише, идеальное воплощение дневного воображения. И здесь следует говорить о градации фильмов: чем более мифосоздающим является фильм, тем более необходимым оказывается умеренно-творческое воображение, тем более выражено в таком фильме транс-индивидуальное бессознательное, тем более важно оставить в нем место для темного, загадочного.

12. В оригинале *Bienvenue chez les Ch'tis*, дословно «Добро пожаловать к Ш'тям»: французская комедия 2007 года, режиссер Дани Бун. Приведенное название фильм получил в российском прокате (вышел в России на экраны в 2010 году).

Что же касается видеоигр¹³, то они предполагают способ действия, *блокирующий сумеречно-творческое воображение в пользу постоянного внимания к тому, что происходит беспрерывно*. Именно к ним, как мне кажется, применимо высказывание Адорно и Хоркхаймера. Давайте вспомним здесь о шутерах от первого лица — *FPS, First Person Shooter*, — в которых игрок, *действуя, одновременно подвергается различным испытаниям*. Двойное ограбление, замаскированное в одном действии, которое состоит именно в том, чтобы устранить из вида все неожиданно возникающее перед игроком. Загримированное под нежелательное устраняется все непредвиденное. Когда *массовая игра* становится *massively multiplayer*, то она используется для *истребления* памяти и воображения ради некоторой паратаксической группы лиц, обменявших темноту кинозала на неумолимый свет.

Вклад воображения и его психическая экономика

Парадоксальным, казалось бы, образом, для высвобождения воображения необходима определенная пассивность — время, потраченное ни на что. Вопрос, встающий перед нами в терминах высвобождения воображаемого, касается прежде всего не нашей деятельности, не самопроизводства образов, но способности *на какое-то время* прервать потоки деятельности. Вот что должна принимать во внимание психическая экономика доли, вносимой воображением.

Чтобы избежать одновременно и сна наяву, присущего *стопителлингу*, и насыщенного внимания, свойственного видеоиграм, контрфикциям следует открыть для себя сумеречно-творческое пространство дремоты, в котором тень ночи оберегает разум от побуждений к действиям. Отстаивание определенной формы пассивности может удивить, даже обеспокоить. Весь западный разум строился на исключении *mythos* в пользу деятельности по рационализации мысли ею же самой. Здесь я напомним о своем предположении: реальное и воображаемое перепутаны как минимум в одной точке, творческое воображение неистреби-

13. Во Франции порядка 24 млн активных пользователей видеоигр — это 42% населения страны. В день на видеоигры тратится 27 млн часов, то есть порядка 1 часа 20 минут в день на каждого пользователя.

мо, проблема заключается в том, чтобы узнать, что с ним делать. Ибо культурное производство идет дальше и дальше в использовании этой спутанности, все более завладевая воображаемым. Так, выход фильма «Аватар» в 3D обозначает переход от кинематографа к чему-то иному, связанному не так с движением, как с галлюцинацией: к *галлюграфии*, к *осуществленной галлюкинематографии*. Боги постоянно получают новые перевоплощения. Вопрос о творческом воображении должен ставиться в связи не только со способами его воплощения, но и с тем, каким образом оно переносится, отражается, передается, повторяется или отбрасывается. Именно это всегда происходило в сообществах зрителей, комментирующих фильмы. Но такой комментарий должен иметь задачей не только *объяснение* кино, но, скорее, его *изменение*, сказал бы я, на манер «Тезисов о Фейербахе». Такое изменение, безусловно, проходит через формы присвоения средств производства в технологическом значении этого слова. В эпоху интернета сформировались сообщества пользователей, способные внести свой вклад в разработку общих платформ посредством социальных сетей. Тем не менее, чтобы какая-либо платформа смогла избежать банальности постоянного производства, психическое должно также быть способно сжиматься, наблюдать, как самоцель, вне какого-либо применения, за любым предустановленным использованием или производством¹⁴.

Под пассивностью я понимаю здесь не абсолютное ничего-неделание, а двойную открытость: открытость тому, что идет из наиболее чуждого внешнего и из наиболее близкого нам внутреннего мира. Парадоксальным образом именно через такие моменты доступности и можно овладеть сумеречно-творческим воображением как таковым, в его столкновении с невозможным, о существовании которого оно и свидетельствует. Отныне речь более не идет ни о том, чтобы выйти из мира образов, ни о том, чтобы окончательно погрузиться в него, как предлагают нам некоторые поклонники капитализма; но лишь о том, чтобы допустить непринужденное появление без-образности, чтобы быть доступным для тех «скобок», что преследуют сумеречно-творческое воображение, «скобок» забытых и являющих собой следы

14. «Те, кто считает, что игра — это потеря времени, имеют архаико-ностальгическое представление о производительности», — утверждает игровой дизайнер Джейн МакГонигал, перечисляя четыре критерия, которые позволяют оценить «производительность» игры: эмоция, отношение, смысл и чувство успеха (URL: <http://playtime.blog.lemonde.fr/2011/09/17/le-jeu-video-peut-il-changer-le-monde>).

бессознательного. Только подобная доступность может наметить наступление сумерек, а это понятие, как утверждает словарь, означает одновременно и закат, и восход солнца, зарю. Задачей мировых сообществ остается воплотить эту зарю политически, ускорить ее приход.

Литература

- Checola L. Le jeu vidéo peut-il changer le monde? // Le Monde Blogs. 17.09.2011. Режим доступа: <http://playtime.blog.lemonde.fr/2011/09/17/le-jeu-video-peut-il-changer-le-monde>.
- Gopnik A. Comment pensent les bébés? P.: Le Pommier, 2007.
- Hegel G. W.F. Philosophie des Geistes. Jenaer Systementwürfe III / D. Henrich (Hg.). Hamburg: Meiner, 1987.
- Lacoue-Labarthe Ph., Nancy J.-L. Le mythe nazi. La Tour d'Aigues: Editions de l'Aube, 1991.
- Lyotard J.-F. Le Postmoderne expliqué aux enfants. P.: Galilée, 1986.
- Neyrat F. Avances sur images // Rue Descartes. Octobre 2006. № 3(53). P. 15–29.
- Salmon Ch. Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits. P.: La Découverte, 2007.
- Varela F. Autonomie et connaissance. P.: Seuil, 1989.
- Zizek S. Looking Awry. Cambridge: MIT Press, 1992.
- Шеллинг Ф. В. Й. Философия искусства. М.: Мысль, 1966.

Twilight Imagination: Fiction, Myth, and Illusion

Frédéric Neyrat. PhD in Philosophy, Lecturer at the Department of Comparative Literature of the University of Wisconsin–Madison.

Address: 934 Van Hise Hall, 1220 Linden Dr. 53706–1557, Madison, WI 53706, USA. E-mail: neyrat@wisc.edu.

Keywords: storytelling; fiction; the imaginary; advertisement; German Idealism; psychoanalysis.

Storytelling, like other fictions of capital, typically blocks out elements of the nighttime imagination which Hegel compared with “the night of the world.” Using German idealism as a starting point, the author uses the term “twilight imagination” to refer to everything that forms worlds, forms mythological creations, and also forms cinematographic works. Some elements of grand narratives never disappeared, in spite of Jean-François Lyotard’s assertions that they in fact collapsed. These narratives simply

changed their places and their intensity. The imagination (and hence the subconscious, the negative) still plays a crucial role in any creation. Anticapitalist politics are not always awake or alive enough to explain or to stir up the creative imagination.

We are gradually waking up, but we do not have to run from our dreams of freedom and emancipation. Slavoj Žižek, following Jacques Lacan and Sigmund Freud, reminds us that sometimes we wake up in order to sleep; to evade a confrontation with the pure desire that our dreams give us. The aim of this article is not to politicize the aesthetics of dreams, but rather to analyze the role of the imagination (myth) in politics. This role can take disastrous forms, like the Nazi myth (Philippe Lacoue-Labarthe, Jean-Luc Nancy). But the question is whether it is possible or even desirable to purify politics of any imagination.

References

- Checola L. Le jeu vidéo peut-il changer le monde? *Le Monde*, Blogs, September 17, 2011. Available at: <http://playtime.blog.lemonde.fr/2011/09/17/le-jeu-video-peut-il-changer-le-monde>.
- Gopnik A. *Comment pensent les bébés?* Paris, Le Pommier, 2007.
- Hegel G. W. F. *Philosophie des Geistes. Jenaer Systementwürfe III* (Hg. D. Henrich), Hamburg, Meiner, 1987.
- Lacoue-Labarthe P., Nancy J.-L. *Le mythe nazi*, La Tour d'Aigues, Editions de l'Aube, 1991.
- Lyotard J.-F. *Le Postmoderne expliqué aux enfants*, Paris, Galilée, 1986.
- Neyrat F. Avances sur images. *Rue Descartes*, October 2006, no. 3 (53), pp. 15–29.
- Salmon C. *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, La Découverte, 2007.
- Schelling F. W. J. *Filosofia iskusstva* [Philosophie der Kunst], Moscow, Mysl', 1966.
- Varela F. *Autonomie et connaissance*, Paris, Seuil, 1989.
- Zizek S. *Looking Awry*, MIT Press, 1992.

Трансмедиаальный
сторителлинг
в поисках
«Национальной
идеи России»

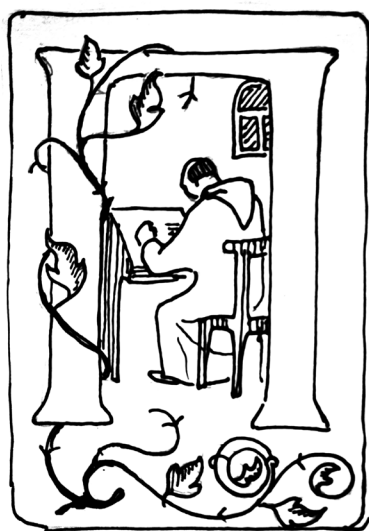
Елена Рождественская

Доктор социологических наук, профессор кафедры анализа социальных институтов департамента социологии факультета социальных наук Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

Адрес: 101990, Москва, ул. Мясницкая, 9/11.
E-mail: erozhdestvenskaya@hse.ru.

Ключевые слова: сторителлинг; трансмедиаальность; национальная идея; коллективная идентичность; текстуальный анализ; визуальный анализ.

В статье анализируется потенциал трансмедиаального сторителлинга для анализа национального воображаемого в перспективе делиберативной публичной дискуссии, вовлекающей мнения, идеи, нарративы.



Социальный эффект сторителлинга

Предложенный в этой статье нарративный анализ арт-концепций, равно как и самого арт-объекта, как *crème de la crème* аутсорсинговых усилий, рекрутированных в виртуальном пространстве, стал для нас поводом для размышлений, выходящих за пределы конкурсного фрейма «Национальная идея России». Привлекаемый к анализу материал приобретает особый смысл в перспективе поляризуемой общественной дискуссии, если понимать последнюю не как риста-

вы и образы различных социальных групп. Автор рассматривает арт-объект — скульптуру «Россия. Попробуй завали!» Дениса Саунина и Георгия Мамина (*CF Art Group*), идея которой была создана на основе всероссийского конкурса арт-концепций на тему «Национальная идея России» для Венецианской Биеннале 2013 года. Объект визуального анализа содержит динамичную политическую репрезентацию: объединение образов державного яблока и традиционной куклы-неваляшки создает эффект динамики, провоцирующей вместе со слоганом «Попробуй завали!» на агрессивную контригру со зрителем. Объектом текстуального анализа стали 458 арт-концепций, участвовавших в конкурсе и продемонстрировавших значимый для понимания национальной идеи в России спектр содержательных референций: государственные символы, семья и дети, христианские символы, анималистские образы, антропоцентричные образы, мораль, гуманитарные ценности, либеральные ценности, экологические ценности, идея возрождения и патриотизм.

Отдельный этап сфокусирован на отобранных арт-концепциях, представляющих собой нарратив. Интерпретация их нарративного ядра фокусирует на изменении, преобразовании, освобождении, физических усилиях, славной гибели, спасении и надежде. В целом арт-объект отражает важное условие современной медиапрезентации — идею конфликта, пространства идеологического столкновения. Использование виртуального аутсорсинга для организации конкурса арт-концепций идей как медийной технологии также позволяет авторам ориентироваться на контуры коллективной идентичности россиян, обнаруженной столь необычным способом. Но заявленная авторами скульптуры и конкурса национальная объединительная идея как «мысль, которая придает нам сил для улучшения жизни», оказывается визуально агрессивной, а содержательно — довольно традиционной. Жить лучше россиянину под сенью государства и религии, соседствующей с языческим наследием, с семьей и детьми.

лице экспертов, а как род делиберативной демократии, вовлекающей мнения, идеи, нарративы, образы так называемых простых социальных групп. Среди теоретиков делиберативной демократии, усилия которых были направлены на обоснование самой возможности общественного обсуждения насущных социальных вопросов¹, распространена общая позиция о перспективности общественной дискуссии, дающей шансы на непредвиденные компромиссы и расширение набора легитимных

1. См., напр.: *Habermas J. Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy. Cambridge: Polity Press, 1996; Barber B. The Conquest of Politics. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1988; Fishkin J. Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform. New Haven: Yale University Press, 1991; Dryzek J. S. Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations. Oxford: Oxford University Press, 2000.*

мнений. Во всяком случае понимание более широкого диапазона существующих мнений подталкивает к решениям, которые были ранее невозможны для участников дискуссии². Эта линия рассуждений подхвачена рядом авторов в дискурсе делиберативной демократии, которая интегрирует общественную дискуссию в административные, избирательные и законодательные процессы³. Но мы хотим привлечь внимание к тому, что даже при равном совещательном доступе участники общественной дискуссии далеко не в равной степени обладают социальным капиталом и, как следствие, перспективой артикуляции своей позиции или опыта. То есть не все являются обладателями привилегированного дискурса в публичном пространстве. Одним из риторических решений для узаконения разнообразных дискурсов в общественной дискуссии является личный сторителлинг⁴. Его социальная притягательность заключается в том, что он уравнивает всех рассказывающих истории от своего лица⁵. Малоресурсные группы могут получить эмпатийный ответ от выслушивающих их истории⁶. Более того, демонстрация ими своих переживаний, не подпадающих под универсальные категории опыта, снимает с них подозрение в партикулярности, что уже является шагом к включению в целое⁷. Своего рода иллюстрацией такого инклюзивного сторителлинга является исследование нарративов прямых и косвенных свидетелей события 9/11 в Нью-Йорке⁸. Их анализ повествований и причинно-следственных конструкций показывает, что рассказ в состоянии обеспечить эмпатию по отношению к позиции, которая вряд ли была бы выслушана в ином случае. Рассказ как риториче-

2. *Shapiro I.* Optimal Deliberation? // *Journal of Political Philosophy*. 2002. № 10. P. 196–211.
3. *Guttman A., Thompson D. F.* Why Deliberative Democracy? Princeton, NJ: Princeton University Press, 2004. P. 3.
4. См., напр.: *Young I. M.* Inclusion and Democracy. Oxford: Oxford University Press, 2000; *Mansbridge J.* Everyday Talk in the Deliberative System // *Deliberative Politics: Essays on Democracy and Disagreement* / Stephen Macedo (ed.). N.Y.: Oxford University Press, 1999. P. 211–240.
5. *Young I. M.* Op. cit.; *Sanders L. M.* Against Deliberation // *Political Theory*. 1997. № 25. P. 347–376.
6. *Young I. M.* Op. cit.
7. *Delgado R.* Storytelling for Oppositionists and Others: A Plea for Narrative // *Michigan Law Review*. 1987. № 87. P. 24–41; *Sanders L. M.* Op. cit.; *Young I. M.* Op. cit.
8. *Polletta F., Lee J.* Is Telling Stories Good for Democracy? Rhetoric in Public Deliberation after 9/11 // *American Sociological Review*. October 2006. № 71. P. 699–723.

ческая форма передает смещения от частного случая к универсальным принципам и обнаруживает новые интересы и идентичности. Производство историй из альтернативной реальности позволяет аудитории идентифицировать себя с иным опытом, признавая в то же время этот опыт как другой. Кроме того, это исследование показывает, что истории могут быть эффективными постольку, поскольку их выводы нормативно неоднозначны. Именно открытость истории для интерпретации позволяет предложить компромисс или третью позицию, не настраивая против товарища остальных.

Содержание сторителлинга

Но ближе к сути сторителлинга. Историю определяют как информацию о последовательности событий в том порядке, в котором эти события произошли⁹. В личной истории главный герой является рассказчиком, а события им представлены как истинные. Причина событий определяется им в качестве мнения, отсылающего к более широкой рамке оправдания¹⁰. В отличие от причинно-следственных связей в обычном разговоре, сторителлинг плодит причины по крайней мере четырьмя способами. Истории объединяют описание, объяснение и оценку, они отделены от внешнего дискурса, они иносказательны по смыслу, и они носят итеративный характер в том смысле, что они порождают встречные истории в процессе коммуникации.

Чтобы понять историю, нужно понять ее моральные последствия¹¹. Это не значит, что моралите будет сформулировано в обязательном порядке автором истории, скорее, значения будут встроены в сам сюжет, из которого их придется извлекать. Будучи наполнены как частным, так и общим, истории упорядочивают события, подчиняя периферийные сюжеты, путем создания фабулы как основного сюжета. Фабула связывает структуру

9. Labov W., Waletzky J. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience // *Essays on the Verbal and Visual Arts* / J. Helm (ed.). Seattle, WA: University of Washington Press, 1967. P. 12–44; Linde Ch. *Life Stories: The Creation of Coherence*. N.Y.: Oxford University Press, 1993.
10. Baumeister R., Newman L. S. How Stories Make Sense of Personal Experiences: Motives That Shape Autobiographical Narratives // *Personality and Psychology Bulletin*. 1994. P. 676–690; Bruner J. The Narrative Construction of Reality // *Critical Inquiry*. 1991. № 18. P. 1–21.
11. Bruner J. Op. cit.; Labov W., Waletzky J. Op. cit.; Linde Ch. Op. cit.; Ochs E., Capps L. *Living Narrative: Creating Lives in Everyday Storytelling*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002.

истории, исключая главные причинные нити, имея происхождением обыденный смысл, разделяемый большинством. Но как раз учет личного опыта приобретает особый смысл на фоне похожих историй¹². Принципиальным, пожалуй, является открытый характер фабулы, имеющей разнообразные потенциальные ответвления и отсылки к знакомым сюжетным линиям¹³. Очевидно, именно это обстоятельство является залогом того, что люди могут передать новые для доминирующего дискурса перспективы в форме общих сюжетных линий и в той форме повествования, которая вызывает у слушателей сочувствие. Аудитория воспринимает аргументы путем оценки соответствия между претензиями автора, его оправдательными принципами и доказательствами. С другой стороны, понимание истории образуется на балансе между описанными событиями, внутренним эмоциональным состоянием героя, который переживает эти события, и тем целым, в которое история складывается¹⁴. Историю отвергают не потому, что автору не хватает доказательств, но потому, что опыт героя и его интуитивные прозрения не являются «правдоподобными» на фоне того, что аудитория знает о главном герое и его мире¹⁵. Аудиторию готовят с самого начала истории приостановить возможное недоверие. Даже в обычном разговоре рассказчики полагаются на разнообразие языковых средств, чтобы осуществить переход к отдельному времени и месту истории или выбрать глагольную форму для манипулирования временем¹⁶. Эти манипуляции, призванные отделить историю от ведущегося разговора, поощряют слушателей приостановить их скептицизм относительно достоверности и актуальности истории и побуждают понять мотивацию героев и разворачивающуюся логику событий. Другими словами, когда слушатели входят в мир истории, созданный рассказчиком, от них требуются проективные усилия. В целом нормативно-дискурсивный характер повествования позволяет ему функционировать, прежде

12. Bruner J. Op. cit.

13. Ibidem; Ewick P., Silbey S. Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative // Law and Society Review. 1995. № 29. P. 197–226.

14. Baumeister R., Newman L. S. Op. cit.; Bruner J. Op. cit.

15. Linde Ch. Op. cit.

16. Labov W. Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular, Philadelphia, PA, University of Pennsylvania Press, 1972; Linde Ch. Op. cit.; Polanyi L. Telling the American Story: A Structural and Cultural Analysis of Conversational Storytelling, Norwood, NJ: Ablex, 1985.

всего, как средство коммуникации, а не только выражения разнообразного опыта индивидов.

Сторителлинг в этом контексте — фактически способ получить помощь других людей в формулировании своего мнения, в поиске обоснования этих мнений и определения возможных доступных вариантов. Опять же, люди слушают личные истории, потому что верят, что наблюдают производство социальной нормы, имеющей отношение к их собственной жизни. Но если все истории имеют мораль, то она редко явлена однозначно. Скорее, слушатели признают, что им придется интерпретировать историю, чтобы извлечь ее значение¹⁷. И действительно, смысл рассказа может быть неочевидным даже для рассказчика истории. Здесь мы обращаем внимание на иносказательный характер повествования. Конечно, все дискурсивные формы требуют интерпретации, но слушатели ожидают хороших историй, которые будут скорее давать простор для интерпретации, чем плодить веские причины или плотные описания. Конверсационные аналитики обнаружили, что, когда люди рассказывают свои истории, их слушатели часто принимают участие в интерпретации и даже рассказывают встречные истории¹⁸. Смысл истории может быть предложен рассказчиком, но может быть и изменен или усилен собеседником. Или собеседники могут привлечь внимание к тому, что рассказчик представил неоднозначно¹⁹.

Но почему людей привлекают нарративы, что делает повествовательные тексты привлекательными? Эти фундаментальные вопросы задаются и в размышлениях о *tellability* (рассказываемость) — об особенностях истории, делающих ее значительной, удивительной или так или иначе достойной рассказа. Здесь можно найти аналогию с бартовским *пунктум*’ом как обстоятельством, оправдывающим внимание фотографа. Речь, таким образом, идет о нарушении ожидаемого развития событий, которое имеет тенденцию превратить простой инцидент в возможность рассказанного события. Термин «теллабильность» впервые предложен Уильямом Лабов²⁰ для описания нарративного интереса. Позднее М.-Л.Пратт ввела индекс теллабильности²¹, указывающий, в какой степени элементы истории

17. Bruner J. Op. cit.

18. Ochs E., Capps L. Op. cit.

19. Ibidem.

20. Labov W. Op. cit.

21. Pratt M.-L. Toward a Speech Act Theory of Literary Discourse, Bloomington, Indiana University Press, 1977.

оказались необычными, нарушающими ожидания, или неочевидными. М. Райан находит этот интерес в основном в предтекстуальных элементах, таких как темы и сюжеты: «Теллабильность — это качество, которое делает историю стоящей рассказа по своей сути, независимо от ее текстуализации»²². М. Штернберг подчеркивает, что универсалии занимательного повествования (неизвестность, интрига, стремление удивить) основаны на обработке текста читателем²³. Д. Херман же предлагает компромиссную позицию: нарративный интерес может быть метафорически описан как культурные переговоры в конфронтации между читателем и текстом рассказа. Херман определяет нарративность повествования с точки зрения разнообразия скрипта и суммы отклонения между нарративом и ожиданиями читателя/слушателя²⁴. Таким образом, процесс культурных переговоров содержит взаимодействие текста рассказа с опытом и культурной укорененностью читателя; соответственно, нарративный интерес возникает в результате непрерывного взаимного приспособления или переговоров между этими двумя доменами. Условиями этого приспособления могут стать различные факторы. Авторы включают в них интенсивную циркуляцию культурных материалов²⁵, наличие интерпретативных сообществ²⁶, правда, с уточнением, что не бывает предзаданных сообществ, они возникают в процессе интерпретации ведущих смыслов и нуждаются в их постоянном переопределении/подкреплении. Если есть общие основания для нарративного интереса, они создаются и выстраиваются в процессе культурных переговоров.

Трансмедиаальный сторителлинг

Идея циркуляции культурных материалов для порождения нарративного интереса с неизбежностью сопряжена с медийным разнообразием воплощения идей и историй. В связи с этим мы

22. Ryan M. L. «Tellability» // *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* / D. Herman, M. Jahn, M. Laure-Ryan (eds). L.: Routledge, 2005. P. 589.

23. Sternberg M. Universals of Narrative and Their Cognitivist Fortunes (I) // *Poetics Today*. 2003. Vol. 24. № 2. P. 297–395.

24. Herman D. *Story Logic. Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2002.

25. Greenblatt S. *Culture // Critical Terms for Literary Study* / F. Lentricchia, Th. McLaughlin (eds). Chicago: University of Chicago Press, 1995. P. 225–232.

26. Fish S. *Is there a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*. Cambridge: Harvard University Press, 1980.

привлекаем еще одну нарратологическую новацию — трансмедиаальный сторителлинг, который также стал предметом концептуальной озабоченности уже цитировавшейся М. Райан. Она обращается к отношениям между нарратологической концепцией трансфикциональности и модным в современной культуре трендом трансмедиаального сторителлинга²⁷. Как понятие трансмедиаальный сторителлинг введен Г.Дженкинсом²⁸, обозначая создание мира историй (*storyworld*) на основе различных платформ разнообразных СМИ:

В идеальной форме трансмедиаального сторителлинга каждая среда (медиум) делает то, что она делает лучше всего. Так, история может быть представлена в кинофильме, расширена через телефильм, романы и комиксы, и мир этой истории освоен посредством видеоигры. Каждый шаг франшизы должен быть самодостаточным для автономного потребления. То есть вам не нужно смотреть фильм, чтобы получить удовольствие от игры, и наоборот²⁹.

Трансмедиаальный сторителлинг мыслится своими авторами в двух контрастных ипостасях. Первый вариант схож с эффектом снежного кома: некая история пользуется такой большой популярностью или становится столь культурно значимой, что спонтанно генерирует разнообразные сиквелы, ремейки, трансмедиаальные адаптации. В этом случае есть первичный текст, который функционирует как общая отсылка для всех других текстов. Другой вариант представлен системой, в которой определенный сюжет был задуман с самого начала как проект, который развивается на основе различных медиаплатформ. Понятие мира историй (*storyworld*) занимает центральное место в трансмедиаальном сторителлинге как то, что объединяет различные тексты системы. Возможность создать мир или, точнее, способность вдохновлять представление о мире является основным условием для текста, который будет рассматриваться как сторителлинг. Мир, универсум предполагают пространство, но история представляет собой последовательность событий, которые развиваются во времени. Следовательно, мир историй является динами-

27. Ryan M. L. Transmedial Storytelling and Transfictionality // Poetics Today. 2013. Vol. 34. № 3. P. 361–388.

28. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. N.Y.: New York University Press, 2006.

29. Idem. Transmedia Storytelling // MIT Technology Review. January 15, 2003. P. 3. URL: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3>.

ческой моделью развития ситуаций или моделированием развития сюжета. М. Райан проводит аналогию с понятием хронотопа у М. Бахтина, совместившим эту неотделимость пространства и времени в повествовании. Но она при этом подробнее разворачивает статический и динамический компоненты мира историй — как те, что предшествуют рассказу, и те, что его разворачивают.

Согласно М. Райан, статический компонент включает: 1) инвентаризацию объектов, населяющих мир истории, и ее главных героев; 2) локальный фольклор; 3) характеристики геопространства; 4) свод естественных законов; 5) свод социальных правил и ценностей. Динамический компонент включает: 6) физические события, вносящие изменения в суть вещей; 7) психологические события, порождающие значения физических событий (то есть мотивации и эмоциональные реакции агентов) и влияющие на отношения между персонажами, а также перемены в социальном порядке.

Миры историй развивают троякое отношение к их сопровождающим текстам. Текст может быть проекцией детерминированного мира, универсума истории. И тогда это единственный, привилегированный доступ к этому миру. Но даже если пользователи-зрители-слушатели построят ту же последовательность событий, они будут производить различные интерпретации этих событий. Иной вариант: один текст — множество миров. Это соотношение получается, когда текст настолько неопределен, что каждый пользователь создает свою версию мира. Наконец, третий вариант: один мир — множество текстов. Это соотношение типично для устной культуры, воспевающей и перепевающей одну и ту же историю. Именно так представляли теоретики трансмедиального сторителлинга этот феномен, являющий собой отражение одного мира во многих текстах. Здесь М. Райан вводит еще один термин — «трансфикциональность»³⁰ — для обозначения миграции вымышленных субъектов по различным текстам, но эти тексты могут принадлежать к той же медиаплатформе. Согласно Л. Долежел, на которого ссылается М. Райан, в литературном дискурсе вымышленный мир может быть связан с другими тремя видами отношений: расширением (экспансией), модификацией и перемещением. Данный мир истории может рас-

30. *Saint-Gelais R.* Transfictionality // *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* / D. Herman, M. Jahn, M.-L. Ryan (eds). L.: Routledge, 2005. P. 612–613; *Ryan M. L.* Transfictionality Across Media // *Theorizing Narrativity* / J. Pier, J. A. Garna (eds). Berlin: De Gruyter, 2008. P. 385–417.

пространиться (или даже завоевать) на другого, модифицировать его структуру, изобретая там свою историю³¹. Операция перемещения сохраняет основной рассказ о протомире, но помещает его в другой временной или пространственный контекст.

Что требуется для повествования, чтобы отразить весь мир, а не только характер героя? Этот условный мир должен обладать инвариантными чертами, чтобы быть признанным в качестве общей системы отсчета в разнообразных медиаплатформах сторителлинга. Широкая сеть символов, укорененных в национальной истории, гендерно-семейных отношениях, является особенно благоприятным условием для центральной системы повествования. Но для того, чтобы поддержать большой рассказ как систему, вымышленный мир также должен предъявить достаточно много разнообразия, мельчайшие подробности которого должны быть продуманы его создателями. Как отмечает Дженкинс, трансмедиаальный мир историй должен быть энциклопедически емким³².

Подводя итог экскурсу в трансмедиаальный сторителлинг, отметим, что в его свете предстоящий анализ корпуса нарративизированных арт-концепций формирует совершенно иное отношение к этому материалу, де-факто являющемуся побочным продуктом создания визуального арт-объекта. Более того, совокупность инициированных конкурсом идей-образов и нарративов можно рассматривать в смысле *storyworld*, мира или универсума историй, в котором не может победить одна отобранная голосованием идея, но важно соприсутствие их некоторого конечного множества. На этот мир историй можно взглянуть и с точки зрения упомянутого процесса культурных переговоров, способствующих порождению нарративного интереса, той теллабильности, с помощью которой может быть озвучена важная для сообщества идея.

Поиск национальной идеи с помощью искусства

Поводом для статьи стало незаурядное событие мира отечественного искусства — презентация скульптуры «Россия. Попробуй завали!» Дениса Саунина и Георгия Мамина (*CF Art Group*) на Венецианской биеннале 2013 года. Авторы решили воспользоваться силой коллективного разума и предприняли виртуаль-

31. Dolehel L. *Heterocosmica: Fiction and Possible Worlds*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1999. P. 207.

32. Jenkins H. *Convergence Culture*. P. 116.

ный аутсорсинг для организации всероссийского конкурса арт-концепций, мотивированных темой «Национальная идея России», который и был проведен в течение трех месяцев — с 1 декабря 2012 года по 1 марта 2013 года³³. Авторы обещали создать на основе победившей концепции произведение современного искусства (картину, инсталляцию, скульптуру, архитектурную группу, перформанс), вознаградив победителя конкурса денежной премией и соавторством. По условиям конкурса принять участие в нем мог любой россиянин любой профессии, написав в свободной форме, как он представляет себе визуальный образ национальной идеи России (арт-концепцию). Голосование было организовано в два потока: для всех желающих и для представителей арт-сообщества. В итоге победитель конкурса определялся оргкомитетам по результатам итогового голосования участников арт-сообщества и на основании экспертного мнения. Обладателем Гран-при за арт-концепцию «Россия — страна ванька-встанька» стал Виталий Сабуров. Такова предыстория конкурса, имеющего прямое отношение к социальному исследованию национального самосознания.

Как же была сформулирована основная задача конкурса? Какими фреймами воспользовались авторы, чтобы канализировать социальное воображение соотечественников?

Национальная идея — это не констатация текущего положения дел и не выявление национальных или исторических особенностей. Это мысль, которая придает нам сил для улучшения жизни. Концепция национальной идеи, в основе которой — гуманистическое убеждение о высшей ценности КАЖДОГО КОНКРЕТНОГО человека, могла бы изменить к лучшему многое в нашей стране. Особенно если бы она стала близка всем соотечественникам... Мы так привыкли приносить в жертвы конкретные человеческие судьбы ради общего благополучия, что не понимаем [*sic!*] — в этом и кроется наша основная ошибка и причина большинства проблем. Если же на первое место поставить не интересы государства, а бесконечную значимость каждого конкретного человека, то многие проблемы решатся сами собой и общество выздоровеет. России необходима новая объединяющая идея, но ее нельзя ни собрать из останков прошлого, ни навязать извне — идею должны создать сами россияне³⁴.

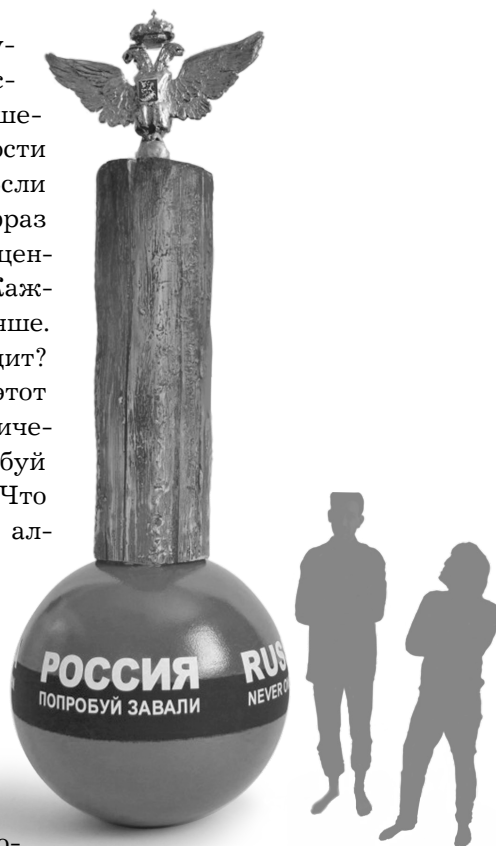
33. См. сайт конкурса арт-концепций, URL: <http://конкурсконцепций.рф/>.

34. См. URL: <http://конкурсконцепций.рф/news/nominant/>.

Итак, мы имеем «на входе» гуманистический посыл в виде «мысли, придающей силы для улучшения жизни», и «убеждение в ценности каждого конкретного человека». Если объединить эти посылы, то парафраз звучал бы, наверное, так: столь ценные люди должны жить лучше. Каждый россиянин должен жить лучше. Так почему же этого не происходит? Визуальным ответом на именно этот вопрос и представляется динамическая скульптура «Россия. Попробуй завали!» Д.Саунина и Г.Мамина. Что она собой представляет и какие аллюзии содержит?

С позиции визуальной социологии анализ изображения состоит из трех фаз: описания видимых данных, разделения их на структурные элементы во взаимоотношениях и поиск значения взаимосвязи текста и изображения в определенном социально-историческом контексте. Этому членению фаз анализа соответствуют и три фазы интерпретации: 1) дескрипция, вербальное парафразирование текстовых и изобразительных посылов; 2) точная реконструкция, анализ значений символического содержания текстовых и изобразительных материалов; 3) социокультурная интерпретация³⁵.

Итак, скульптура весом полтонны, высотой 5 метров, имеет в основании полутораметровый ярко-красный шар, на нем вертикально расположено отесанное бревно, увенчанное сверху золотым двуглавым орлом. При попытке ее уронить она постоянно будет возвращаться на место. Скульптуре предпослан слоган «Россия. Попробуй завали!», имеющий в английском варианте менее задиристую версию: *Russia — never overturn*.



35. Мещеркина-Рождественская Е. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений / Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность // Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Романова, В. Л. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007. С. 29.

Помимо известной куклы ванька-встанька, совмещающей погремушку и стабилизатор, возвращающий ее в вертикальное положение, в скульптуре усматривается еще одна референция, спровоцированная двуглавым орлом. Это смысловое навершие вызывает в памяти и другие символы государственности и духовной власти — и державное яблоко, древнейший атрибут верховной власти, и сферическую дароносицу («Взял в руки целый мир, как яблоко простое, Богослужения торжественный зенит...» — из стихотворения «Евхаристия» Осипа Мандельштама).

Шар и навершие соединяет грубо обработанный деревянный столб, который претендовал бы на самостоятельное символическое значение, будь он отдельной фигурой, например, в смысле образа Мирового Древа, знаком связи неба и земли. В скульптуре он явно играет посредническую роль как указание на стремление к высшей ценности или награде. В обыденном сознании он, скорее, вызовет ассоциации с шуточной забавой на Масленицу, развлекавшую народ соревнованием залезающих на столб молодых. Эту коннотацию, скорее, поддерживает и текстуальный слоган, агрессивно вызывающий на спор и меряние физическими кондициями. Собственно, на пересечении визуального и текстуального материала и рождается несложная мысль о весьма специфической коммуникации, которую предлагает арт-объект: не познакомься, не приглядишься и узнай, а попробуй завали, и не просто медведя, а гиганта ростом в 5 метров. Вместо головы гигант обладает однозначным государственным символом, что лишает его персонификации, но порождает субъектность Левиафана. Размер бывает важен. Будь фигура человеческого роста или меньше, она вызывала бы смех и попытку интерактивно обыграть заложенные динамические возможности. Ведь игра разрушает пафос. В данном случае размер рифмуется со значением привлеченных символов власти.

Арт-объект, по идее, подлежит возможной концептуализации³⁶ благодаря трем измерениям культурных объективаций: 1) замыслу автора изображения; 2) визуально-коммуникативным средствам, нашедшим применение в фактически изображенном; 3) соотносительности с культурно отыгранным взглядом, узнаваемости привычного с нормативной дельтой отклонения.

Что касается первого пункта, то мы нашли в предыстории конкурса арт-концепций, какие смысловые фреймы ограничивали социальное воображение участников. Ценность конкретного че-

36. Там же. С. 30.



ловека исчезла, уступив место тотальному присутствию доминирующего и агрессивного государства, равно как и призыв к лучшей жизни заменен на предложение помериться силами для... очевидно, установления социальной иерархии. Второе измерение объективации, отчасти разобранный в плотном описании арт-объекта, интересно уже не столько выбором референтов, сколько масштабом отклоненных версий, с которыми мы познакомимся ниже. Тем не менее мы бы предложили здесь не очевидный смысл детской игрушки, пинаемой, но удерживающейся, а, напротив, интерференцию смыслов, исходящих из параллельных референтов державного яблока и дароносицы как символов абсолютной власти на земле и на небесах. Конструкция государства шатается, но удерживается; агрессивно провоцирует, но требует уважения. Третье измерение, вызывающее к узнаваемости и национально-культурному контексту, в нашем случае на удивление совпадает с общепринятым в современном искусстве трендом, сформулированным Борисом Гройсом:

Если вы спросите любого специалиста по медиа, каким образом создать медиафигуру, любой американский специалист скажет: «Вы должны быть *controversial*». Современная икона есть икона конфликта или столкновения³⁷.

В этом смысле арт-объект «Попробуй завали!», безусловно, отыгрывает чреватую художественной критикой задачу конфликта³⁸, но именно это и создает его медийную биографию. Ка-

37. Гройс Б. Искусство. Дизайн. Политика // Арт-азбука. 28.05.2004. URL: <http://azbuka.gif.ru/important/groys-art-moscow-2004/>.

38. Предтеч этой мысли много, приведем лишь мысль Ю. Лотмана о том, что культура может развиваться лишь в том случае, если в ней одновременно действуют не один, а два противоположных механизма (Лот-

залось бы, он идеально вписывается в ожидания западного арт-пространства. Но есть одно существенное различие. Описывая современные тенденции этой сферы, Й. Умлауф пишет о «ренационализации» искусства, при которой художники разных национальностей всегда ссылаются на общеевропейский бэкграунд³⁹, несмотря на социальную поддержку сохраняемого локального многообразия художественных экспрессивных и языковых средств. Здесь же, похоже, мы имеем обратную ситуацию: средства художественной репрезентации принадлежат к языку глобализированного искусства, а идейный бэкграунд является глубоко укорененным.

Укорененность главной идеи, безусловно, результат аутсорсинга идей на конкурсе арт-концепций и конечного соавторства. По словам Гройса,

...мы живем в идеальной системе, в которой художник не является основным производителем визуального. Эта новая ситуация художника — потеря художником монополии на эстетическую репрезентацию политики⁴⁰.

Эти обстоятельства призывают обратить особое внимание собственно на конкурс арт-концепций, его не вычерпанное арт-объектом содержание. Если учесть, что социальная мысль России в последние лет 15–20 безуспешно пытается сформулировать национальную идею России, эта аутсорсинговая инициатива предоставляет богатый материал для анализа и размышления об образе национальной идеи, сформулированной «снизу» неэкспертным сообществом, своего рода *common knowledge* относительно национальной коллективной идентичности и ее образного воплощения, как и нарративного описания.

Что осталось за кадром: текстуальный анализ массива арт-концепций

Объектом текстуального анализа стали 458 арт-концепций, участвовавших в конкурсе и продемонстрировавших значимый для обыденного понимания национальной идеи в России спектр со-

ман Ю. М. Феномен культуры // Лотман Ю. М. Избр. статьи: В 3 т. Таллинн: Александра, 1992. Т. 1. С. 34–58).

39. Umlauf J. Ich bin für ein Europa der Minderheiten ohne nationale Barrieren // Deutschland.De. 2013. № 2. S. 26.

40. Гройс Б. Указ. соч.

держательных референций. Автор предпринял несколько этапов содержательного кодирования арт-концепций в качественной традиции обоснованной теории, чтобы суммировать плотное описание различных тематических полей, которые имеют разные позиции в общем рейтинге. Промежуточная процедура присваивания кодов всегда несет на себе оттенок субъективности, контроль над которой возможен в процессе предложенного А. Страуссом приема возвращения в пласт сырых данных и проверки адекватности кодов⁴¹. Например, группа кодов под названием «Анималистские символы», числом 33, большей частью ($n = 25$) состоит из образов животных (коней, медведей), птиц (лебедей, орлов, ласточки, снегиря) и царь-рыбы. Остальные коды этой группы связаны с образами деревьев (безусловно, березы, яблони, дуба), откуда решение — объединить природный кластер под названием «Анималистские символы», поскольку термин природы затушевывает специфику животного символизма. Или кластер либеральных ценностей. В него вошли, согласно представлениям автора, равенство, демократические свободы, экономическое развитие, право и т. д. В итоге в первую десятку важнейших компонентов национальной идеи по степени значимости вошли:

1. Государственные символы — 79.
2. Семья и дети — 48.
3. Христианские символы — 33.
4. Анималистские образы — 33.
5. Антропоцентричные образы — 32.
6. Мораль — 18.
7. Гуманитарные ценности — 16.
8. Либеральные ценности (2,4% от общего числа идей) — 11.
9. Экологические ценности — 11.
10. Идея возрождения — 9.
11. Патриотизм — 5.

Отдельный этап содержательного анализа был сфокусирован на отобранных арт-концепциях, представляющих собой сторителлинг или нарративоподобное описание арт-объекта ($n = 130$). Критерием отбора внутри этого кластера, ставшего уже значительно менее многочисленным ($n = 35$), стало наличие действия, меняющего или намечающего изменение. Просто описательные

41. *Страусс А., Корбин Дж.* Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

конструкции сценического характера или назывательные образы в этой группе не участвовали. Соответственно, наш нарративный интерес фокусировался на характеристиках глагольного ряда и субъектах и обстоятельствах изменения.

Нарративный пример арт-концепции «За первым криком...»:

Огромное количество людей собрались в одном месте. Молчание. Кто-то боится всего этого, а кто-то уверен в себе в любом случае. Смотрят друг на друга, смотрят за грани столпотворения. Никто не решается на слово, не решается начать дело.

Вне всех этих собравшихся другие люди строят заговоры, перешептываются, косят взгляды в сторону стоящих; выманивают обещаниями, предлагают меняться... происходит диалог, мол, уходите отсюда, что вы здесь столпились. Те ответили, что не уйдут, здесь их место, их Родина. «А что вы можете сделать-то? Ведь мы все равно вас со временем выведем. Хотя и по одному, но выведем. И не станет здесь ни вас, ни ваших потомков». Испугались люди, не решаются, не знают, что делать. Не помнят веру предков своих.

И вот враги те, что посягают на местность эту, быстрым шагом стали окружать, приговаривая: «Заберем русскую землю себе, а вас не станет». С улыбками сатанинскими приближаются быстро...

«Не-е-ет!» — крик услышали все, так как люди на земле русской молчали от страха, а враги в предвкушении молчали, ведь все уже сказали и нечего добавить было. *Обернулись все и узрели, что кричит мальчишка лет десяти от роду. Вышел из толпы, смотрит на врагов и боится, плачет, но стоит твердо, убежать не намерен. Те, кто боялись, словно ото сна очнулись, мурашки по коже бегут, выпрямляются сгорбленные, поднимают головы, сжимаются кулаки сами по себе, стискиваются зубы, осознание приходит положения, в котором оказались. Видит враг, что дело плохо, думает: «Пока не поздно, надо брать». Двинулись вновь... и вновь закричал ребенок: «А-а-а-а!!!» Ошалел противник, остановились снова, подал кто, удивились. В третий раз из последних сил закричало дитя, шагнуло вперед, но силы покинули его, и стал падать. Но был подхвачен своими земляками, совсем уже совершенно ясным взглядом глядевшими перед собой... вдох и... агрессивное и оглушительной силы «А-а-а-а!!!!!» начало сметать всех посмеших покуситься на российскую землю. А те, кто не успел бежать, пожалели об этом и...*

Выделенные шрифтом фрагменты уплотняются в конструкцию разбуженной нашествием внешнего врага нации. В таком методическом ключе были проанализированы 35 основных нарратив-

ных конструкций, которые на этом этапе сохраняют авторский стиль и словоупотребление. Пожалуй, именно эта фаза анализа дает наиболее плотное, но сохраняющее связь с сырыми данными представление о содержании и форме нарративного ядра или ведущих стилей сторителлинга конкурса.

1. *Работал всю ночь напролет, выкладывая* рисунок из камней на холме прямо напротив окон любимой женщины.
2. Открывают кингстоны внутри подбитого военного корабля, *чтобы не сдаваться и умереть, сохранив честь и славу.*
3. Человек, *высекающий себя* из скалы суровым молотом.
4. Человек копается в большой груде хлама, в которой находит книги, газеты, телевизоры, диски и т.д. Каждую найденную вещь он очень строго осматривает и *или выкидывает* в большую гору хлама лжи, *или кладет* подле себя.
5. Дерево-Россия, учитывая климат, периодически *цветет.*
6. В омовской форме с резиновыми дубинками *загоняют* в ковчег.
7. Балерина *закружится в танце* так, как должно заработать. Правительство и сами мы... и *если закружится, заработаем,* то все проблемы с нее слетят.
8. Ржавый человек *старается вылезти* из большой клетки на свободу, держа в руке освобожденную птицу.
9. Полицейский, депутат, бизнесмен, рабочий и врач *поднимают с колен* молодую девушку.
10. Фигуры мужчины и женщины, *разрывающие пути.*
11. Тройка лошадей запряженных *несется вперед.*
12. Женщина *преображается — ломает о колено и отбрасывает меч, сбрасывает одежду, распускает волосы, снимает* злобную грим-маску и *предстает* в виде прекрасной доброй девушки.
13. Птица феникс (Жар-птица), *возрождающаяся* из пепла.
14. Рабочий и колхозница стоят на табуретках справа и слева возле статуи Свободы и *пытаются ее задушить.*
15. На краю обрыва запряженная тройка лошадей *пытается удержать* висящий над пропастью на обрывках упряжи сегмент трубопровода с вентилем.
16. Статуя «Родина-мать» *прогоняет* статую Свободы из России.
17. Вместо мавзолея — зияющий край пропасти, они *проходят мимо него* и все это туда *швыряют.* Флаги летят, цепляются друг за друга, рвутся, древки ломаются, и все пропадает в бездне. А люди, освободившись от ненужного балласта,

уходят в некое место, символизирующее собой будущее и освещенное ярким солнцем.

18. Освещенный солнцем величественный утес, на котором находят спасение люди, приплывающие на лодках с терпящих бедствие в бушующем море горящих кораблей. Они *причаливают и поднимаются наверх*, к вершине. В черед этих людей должны быть узнаваемые лица, первым может идти Депардьё.
19. Широким жестом сеятель достает из лукошка кириллические буквы и небрежно *бросает* в землю. Но не успевает пройти и полметра, как из земли *вырастают* свежие побеги — это слово «любовь», написанное на разных языках мира.
20. Лес *врачуёт раны* и страшные недуги, *делает* своих обитателей свободными и неподвластными даже всеразрушающему времени. Этот лес и есть Россия, одна в мире не похожая ни на что и идущая вперед своим особым путем, цель которого неведома никому, кроме жителей леса. Но они будут молчать.
21. Футбольный мяч, сплетенный из автомагистралей, который *катится* и, подобно клубку, *распутывается*, оставляя за собой след из автомагистралей.
22. Мощного телосложения мужчина, *сидя на огромном змие*, *вонзает* обеими руками в него широкий меч.
23. Когда обороты падают, волчок начинает нелепо *прецесси-ровать и падает*.
24. Трое (первый — в рубахе, второй — в костюме, третий — в спортивной форме) *помогают* женщине, символизирующей Родину-мать, *подняться* — она упала на одно колено.
25. *Фигуры мужчины и женщины, разрывающие оковы*.
26. Но *восстает* опять страна, как неваляшка.
27. Ребенок, *звонящий* в вечевой колокол.
28. Легкомысленная девушка *метается из стороны в сторону*, потому что очень *влюблива*. А в перерывах много *думает* о жизни.
29. Люди в стеклянной банке *пытаются выбраться на поверхность*, несколько это уже удалось.
30. *Кричит* мальчишка лет десяти от роду. *Вышел из толпы, смотрит на врагов и боится, плачет, но стоит твердо*.
31. Победившая в игре сторона (ангел и черт) *поворачивает* путеводный камень в свою сторону, таким образом окончательно превращая его лишь в условное обозначение направления.

32. Расписная матрешка-неваляшка-робот с короной на голове, беременная земным шаром, *делает себе кесарево сечение.*
33. Полусогнутая фигура коррупционера, с торчащими из всех карманов пачками денег, *получает удар под зад от набегającego футболиста.*
34. Человек в деловом костюме *бежит из клетки* по зеленому лугу и, раскинув руки навстречу ветру, *счастливо смеется.*
35. Сзади и спереди трактор *пытаются толкать* мужчины в белых рубашках, с галстуками и в пиджаках.

Само нарративное ядро мы можем представить в субстантивном ключе как набор смыслопорождающих существительных, расположенных по мере убывания: изменение/преображение, освобождение/высвобождение, физическое усилие, гибель славная/бесславная, спасение, надежда, поиск, посев, призыв/воодушевление. Развоплощенное нарративное ядро, утратив говорящий контекст развернутого действия, демонстрирует масштаб мобилизованных для великой цели усилий, но мало говорит о содержании цели. Однако цель не остается невнятной. И здесь встречаются две половинки «яблока» — часть идейно-образных арт-концепций и несколько меньшая часть проанализированных выше нарративов. В рейтинге присутствующих символов имеет смысл обратить внимание на первую пятерку наиболее распространенных, которые кумулируются в традиционно-архаичный комплекс: государственные символы, семья и дети, христианские символы, анималистские образы, антропоцентричные образы. Таким образом, жить лучше россиянину под сенью государства и религии, соседствующей с языческим наследием, с семьей и детьми.

Итак, на основе рефлексии над сторителлингом и его трансмедиальными новациями наши объекты анализа кажутся встроенными в более широкий культурный фрейм, характеризующий развернутое древо дизайна арт-объекта на различных медийных платформах. Итогом конкурса стала не одна-единственная поддержанная голосованием и экспертным мнением идея-образ, но целый универсум идей-историй, который обладает не меньшей эвристической ценностью как целое. Этот мир историй подлежит уплотнению и переводу на визуальный язык скульптуры, перформанса, виртуального документа, становясь своего рода эмблемой для столь малоуловимой сущности, как национальная идея. Но в своем программатичном расширении он раскрывает недра национального воображаемого (Б.Андерсон), подпитывающего легитимный образ, подлежащий вопло-

щению и предъявлению как внутри локального контекста, так и за его пределами. В целом трансмедиальность как принципиальная открытость переводу нарративов и описанных образов арт-концепций на язык различных медиаплатформ видится благодаря золотому качеству сторителлинга — формулировке нагруженного значением конфликта/изменения самими социальными агентами.

Дискуссия

В целом мы обнаружили, что рассмотренный арт-объект отражает важное условие современной медиапрезентации — идею конфликта, пространства идеологического столкновения. Использование виртуального аутсорсинга для организации конкурса арт-концепций идей как медийной технологии позволило авторам ориентироваться на контуры объединяющей национальной идеи, обнаруженной столь необычным способом. Но заявленная авторами скульптуры и конкурса национальная объединительная идея как «мысль, которая придает нам сил для улучшения жизни», оказалась визуально агрессивной, а содержательно — довольно традиционной, если не архаичной. Самое время для вопроса: а нужна ли национальная идея, перспектива формулировки которой с неизбежностью подтягивает сюжет коллективной идентичности? Переформулируем вопрос: в какой степени мы нуждаемся в сильной коллективной идентичности, солидарность в которой цементируется в том числе объединяющей национальной идеей?

Недавние дебаты об общеевропейской идентичности пришли к выводу, что гражданам ЕС, по-видимому, общая идентичность в первую очередь необходима, чтобы принять общие правила и институты, и в особенности для того, чтобы решать общие вопросы в этнических сенситивных конфликтах⁴². Хабермас добавил к этому необходимость понимания европейского (социал-демократического) социального порядка, а также общую интерпре-

42. Herrmann R. K., Brewer M. B. Identities and Institutions: Becoming European in the EU // *Transnational Identities: Becoming European in the EU* / R. K. Herrmann, T. Risse, M. B. Brewer (eds). Lanham: Rowman & Littlefield, 2004. P. 20; Risse T. A European Identity? Europeanization and the Evolution of Nation State Identities // *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change* / M. G. Cowles, J. A. Caporaso, T. Risse (eds). Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001. P. 250; Eriksen E. O. An Emerging European Public Sphere // *European Journal of Social Theory*. 2005. Vol. 8. № 3. P. 342.

тацию европейской истории⁴³. Действительно, без коллективной идентичности «за пределами национальных общин» европейские усилия по институционализации общих политических решений, процедур, а также затратных обязательств могут завершиться неудачей. И в этой связи существует большой общественный, политический и научный интерес к вопросам формирования общенациональных идентичностей. Коллективная идентичность считается обеспечивающей коммунитарный фундамент для преодоления ценностных конфликтов и оправдания самоограничений в расчете на общее благо. После десятилетий интенсивных дискуссий о национальной, этнической и общеевропейской идентичности концепция «коллективной идентичности» вроде потеряла четкие аналитические контуры⁴⁴. Б.Страт приводит свой аргумент: история европейской идентичности является историей концепции и дискурсов, поскольку европейская идентичность оказывается абстракцией⁴⁵. У. Брубейкер и Ф.Купер даже предложили полностью отказаться от этого неоднозначного термина, заменив его другим, например чувством связанности⁴⁶. Тем не менее коллективная идентичность остается неотъемлемой концепцией культурной и политической социологии. В контексте этой дискуссии К.Кантнер пишет о сдвиге от «сильной» версии к «слабой» форме коллективной идентичности:

...на самом деле это является центральным достижением цивилизации либерального правового государства и современной представительной демократии — организация политической жизни с помощью процедур разрешения конфликтов без давления в целях достижения ценностного консенсуса. В демократической стране граждане имеют право быть разными и далекими друг от друга⁴⁷.

Урок этой дискуссии применительно к нашему сюжету обсуждения заключается в том, что национальная специфика под-

43. *Habermas J.* Comment on the Paper by Dieter Grimm, «Does Europe Need a Constitution?» // *European Law Journal*. 1995. Vol. 1. № 3. P. 303–308.

44. *Niethammer L.* Kollektive Identität: Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2000.

45. *Stråth B. A.* European Identity: To the Historical Limits of a Concept // *European Journal of Social Theory*. 2002. № 5. P. 388.

46. *Brubaker W. R., Cooper F.* Beyond «Identity» // *Theory and Society*. 2000. Vol. 29. № 1. P. 1–47.

47. *Kantner C.* Collective Identity as Shared Ethical Self-Understanding: The Case of the Emerging European Identity // *European Journal of Social Theory*. 2006. № 9. P. 515.

талкивает к сильной идентичности, что с очевидностью вытекает из результатов текстуального анализа арт-концепций, с присущей им исчезающе-малой долей либеральных ценностей и доминирующим этатистски-традиционным комплексом. Коллективные идентичности в сильном смысле развиваются через идеолого-политический конфликт, это результат широкой общественной дискуссии по поводу ценностных вопросов общества. И в этой связи использование любой медиаплатформы для нарративизации вопросов, волнующих граждан, а не просто социальных агентов, является существенным элементом продвижения на пути построения коллективной идентичности и публичного размышления об объединяющей национальной идее.

Литература

- Barber B. *The Conquest of Politics*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1988.
- Baumeister R., Newman L. S. How Stories Make Sense of Personal Experiences: Motives That Shape Autobiographical Narratives // *Personality and Psychology Bulletin*. 1994. P. 676–690.
- Brubaker W. R., Cooper F. Beyond “Identity” // *Theory and Society*. 2000. Vol. 29. № 1. P. 1–47.
- Bruner J. The Narrative Construction of Reality // *Critical Inquiry*. 1991. № 18. P. 1–21.
- Delgado R. Storytelling for Oppositionists and Others: A Plea for Narrative // *Michigan Law Review*. 1987. № 87. P. 24–41.
- Doležel L. *Heterocosmica: Fiction and Possible Worlds*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1999.
- Dryzek J. S. *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Eriksen E. O. An Emerging European Public Sphere // *European Journal of Social Theory*. 2005. Vol. 8. № 3.
- Ewick P., Silbey S. Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative // *Law and Society Review*. 1995. № 29. P. 197–226.
- Fish S. *Is there a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, Harvard University Press, 1980.
- Fishkin J. *Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform*. New Haven: Yale University Press, 1991.
- Greenblatt S. *Culture // Critical Terms for Literary Study* / F. Lentricchia, Th. McLaughlin (eds). Chicago: University of Chicago Press, 1995. P. 225–232.
- Guttman A., Thompson D. F. *Why Deliberative Democracy?* Princeton, NJ: Princeton University Press, 2004.
- Habermas J. *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: Polity Press, 1996.
- Habermas J. Comment on the Paper by Dieter Grimm, “Does Europe Need a Constitution?” // *European Law Journal*. 1995. Vol. 1. № 3. P. 303–308.
- Herman D. *Story Logic. Problems and Possibilities of Narrative*. Lincoln: University of Nebraska Press, 2002.
- Herrmann R. K., Brewer M. B. Identities and Institutions: Becoming European in the EU // *Transnational Identities: Becoming European in the EU* / R. K. Herrmann, T. Risse, M. B. Brewer (eds). Lanham: Rowman & Littlefield, 2004.

- Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. N.Y.: New York University Press, 2006.
- Jenkins H. *Transmedia Storytelling* // MIT Technology Review. January 15, 2003. P. 3. URL: <http://www.technologyreview.com/biomedicine/13052/page3>.
- Kantner C. *Collective Identity as Shared Ethical Self-Understanding: The Case of the Emerging European Identity* // *European Journal of Social Theory*. 2006. № 9.
- Labov W. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*, Philadelphia, PA, University of Pennsylvania Press, 1972.
- Labov W., Waletzky J. *Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience* // *Essays on the Verbal and Visual Arts* / J. Helm (ed.). Seattle, WA: University of Washington Press, 1967. P. 12–44.
- Linde Ch. *Life Stories: The Creation of Coherence*. N.Y.: Oxford University Press, 1993.
- Mansbridge J. *Everyday Talk in the Deliberative System* // *Deliberative Politics: Essays on Democracy and Disagreement* / Stephen Macedo (ed.). N.Y.: Oxford University Press, 1999. P. 211–240.
- Niethammer L. *Kollektive Identität: Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 2000.
- Ochs E., Capps L. *Living Narrative: Creating Lives in Everyday Storytelling*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002.
- Polanyi L. *Telling the American Story: A Structural and Cultural Analysis of Conversational Storytelling*. Norwood, NJ: Ablex, 1985.
- Polletta F., Lee J. *Is Telling Stories Good for Democracy? Rhetoric in Public Deliberation after 9/11* // *American Sociological Review*. October 2006. № 71. P. 699–723.
- Pratt M.-L. *Toward a Speech Act Theory of Literary Discourse*, Bloomington, Indiana University Press, 1977.
- Risse T. *A European Identity? Europeanization and the Evolution of Nation State Identities* // *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change* / M. G. Cowles, J. A. Caporaso, T. Risse (eds). Ithaca, NY: Cornell University Press, 2001.
- Ryan M. L. *Transfictionality Across Media* // *Theorizing Narrativity* / J. Pier, J. A. Garna (eds). Berlin: De Gruyter, 2008. P. 385–417.
- Ryan M. L. "Tellability" // *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* / D. Herman, M. Jahn, M. Laure-Ryan (eds.). L.: Routledge, 2005.
- Ryan M. L. *Transmedial Storytelling and Transfictionality* // *Poetics Today*. 2013. Vol. 34. № 3. P. 361–388.
- Saint-Gelais R. *Transfictionality* // *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* / D. Herman, M. Jahn, M.-L. Ryan (eds). L.: Routledge, 2005.
- Sanders L. M. *Against Deliberation* // *Political Theory*. 1997. № 25. P. 347–376.
- Shapiro I. *Optimal Deliberation?* // *Journal of Political Philosophy*. 2002. № 10. P. 196–211.
- Sternberg M. *Universals of Narrative and Their Cognitivist Fortunes (I)* // *Poetics Today*. 2003. Vol. 24. № 2. P. 297–395.
- Stråth B. A. *European Identity: To the Historical Limits of a Concept* // *European Journal of Social Theory*. 2002. № 5.
- Umlauf J. *Ich bin für ein Europa der Minderheiten ohne nationale Barrieren* // *Deutschland.De*. 2013. № 2.
- Young I. M. *Inclusion and Democracy*. Oxford: Oxford University Press, 2000.
- Гройс Б. *Искусство. Дизайн. Политика* // *Арт-азбука*. 28.05.2004. URL: <http://azbuka.gif.ru/important/groys-art-moscow-2004/>.
- Лотман Ю. М. *Феномен культуры* // Лотман Ю. М. *Избр. статьи: В 3 т.* Таллинн, 1992. Т. 1. С. 34–58.
- Мещеркина-Рождественская Е. *Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений* // *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность*. Под ред. Е. Р. Ярской-Смирновой, П. В. Рома-

нова, В. Л. Круткина. Саратов: Научная книга, 2007.
Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обосно-

ванная теория, процедуры и техники. М.: Эдиториал УРСС, 2001.

Transmedial Storytelling in Search for a “Russian National Idea”

Elena Rozhdestvenskaya. PhD in Sociology, Professor at the Analysis of Social Institutions Department of the Faculty of Social Sciences of the School of Sociology of the National Research University—Higher School of Economics.
Address: 9/11 Myasnitckaya Str., 101990 Moscow, Russia.
E-mail: erozhdestvenskaya@hse.ru.

Keywords: storytelling; transmedial; national idea; collective identity; textual analysis; visual analysis.

This article examines the potential of transmedial storytelling to analyze the national Imagination on the basis of deliberative public debates involving opinions, ideas, narratives and images of various social groups. The article is based on the presentation of Denis Saunin's and George Mamin's sculpture *Russia. Try to kill! (CF Art Group)* at the 2013 Venice Art Biennale. The author starts by looking at this art object, created on the basis of the All-Russian competition of art concepts on the topic of “the Russian National Idea.” The object of

visual analysis contains a dynamic political representation: the unification of the images of a sovereign's orb and a traditional tilting doll, creating a provocative effect alongside the slogan *Try to kill!*, resulting in an aggressive counter-game with the viewer. Textual analysis is conducted with 458 art ideas which were submitted to the contest and which have shown a significant range of substantial references for understanding the national idea of Russia.

The next stage of the textual analysis focused on the selected of art concepts representing a storytelling or narrative description of the art object. The most widespread symbols are state symbols, family and children, Christian symbols, living images, anthropocentric images, reflecting a traditional and archaic complex of ideas. Thus, the national unifying idea is visually aggressive, and also substantially traditional, as if to say that it is better for Russians to live in the shadow of the state, of Christianity, in combination with elements of their pagan heritage, with their family and their children.

References

- Barber B. *The Conquest of Politics*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 1988.
- Baumeister R., Newman L. S. How Stories Make Sense of Personal Experiences: Motives That Shape Autobiographical Narratives. *Personality and Psychology Bulletin*, 1994, vol. 20, no. 6, pp. 676–90.
- Brockmeier J., Harre R. Narrativ: problem i obeshchaniia odnoi al'ternativnoi paradigmy [Narrative: Problems and promises of an alternative paradigm]. *Voprosy filosofii* [Problems of Philosophy], 2000, no. 3, pp. 29–42.
- Brubaker W. R., Cooper F. Beyond “Identity”. *Theory and Society*, 2000, vol. 29, no. 1, pp. 1–47.
- Bruner J. The Narrative Construction of Reality. *Critical Inquiry*, 1991, no. 18, pp. 1–21.
- Delgado R. Storytelling for Oppositionists and Others: A Plea for Narrative. *Michigan Law Review*, 1987, no. 87, pp. 24–41.
- Doležel L. *Heterocosmica: Fiction and*

- Possible Worlds, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1999.
- Dryzek J. S. *Deliberative Democracy and Beyond: Liberals, Critics, Contestations*, Oxford, England, Oxford University Press, 2000.
- Eriksen E. O. An Emerging European Public Sphere. *European Journal of Social Theory*, 2005, vol. 8, no. 3, pp. 341–363.
- Ewick P., Silbey S. Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative. *Law and Society Review*, 1995, no. 29, pp. 197–226.
- Fish S. *Is there a Text in this Class? The Authority of Interpretive Communities*, Cambridge, Harvard University Press, 1980.
- Fishkin J. *Democracy and Deliberation: New Directions for Democratic Reform*, New Haven, CT, Yale University Press, 1991.
- Giesen B. *Triumph and Trauma*, Boulder, CO, Paradigm, 2004.
- Greenblatt S. Culture. *Critical Terms for Literary Study* (eds F. Lentricchia, T. McLaughlin), Chicago, University of Chicago Press, 1995, pp. 225–232.
- Groys B. Iskustvo. Dizain. Politika [Art. Design. Policy]. *Art-azbuka*, May 28, 2004. Available at: <http://azbuka.gif.ru/important/groys-art-moscow-2004>.
- Guttman A., Thompson D. F. *Why Deliberative Democracy?* Princeton, NJ, Princeton University Press, 2004.
- Habermas J. *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy* (trans. W. Rehg), Cambridge, Polity Press, 1996.
- Habermas J. Comment on the Paper by Dieter Grimm, “Does Europe Need a Constitution?” *European Law Journal*, 1995, vol. 1, no. 3, pp. 303–308.
- Herman D. *Story Logic. Problems and Possibilities of Narrative*, Lincoln, University of Nebraska Press, 2002.
- Herrmann R. K., Brewer M. B. Identities and Institutions: Becoming European in the EU. *Transnational Identities: Becoming European in the EU* (eds R. K. Herrmann, T. Risse, M. B. Brewer), Lanham, MD, Rowman & Littlefield, 2004, pp. 1–22.
- Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006.
- Jenkins H. Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*, January 15, 2003. Available at: <http://technologyreview.com/biomedicine/13052/page3>.
- Kantner C. Collective Identity as Shared Ethical Self-Understanding: The Case of the Emerging European Identity. *European Journal of Social Theory*, 2006, no. 9, pp. 501–523.
- Labov W. *Language in the Inner City: Studies in the Black English Vernacular*, Philadelphia, PA, University of Pennsylvania Press, 1972.
- Labov W., Waletzky J. Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience. *Essays on the Verbal and Visual Arts* (ed. J. Helm), Seattle, WA, University of Washington Press, 1967, pp. 12–44.
- Linde Ch. *Life Stories: The Creation of Coherence*, New York, Oxford University Press, 1993.
- Lotman Y. M. Fenomen kul'tury [Phenomenon of Culture]. *Izbrannye stat'i: v 3 t.* [Selected Papers: In 3 vols.], Tallinn, Aleksandra, 1992, vol. 1, pp. 34–58.
- Mansbridge J. Everyday Talk in the Deliberative System. *Deliberative Politics: Essays on Democracy and Disagreement* (ed. Stephen Macedo), New York, Oxford University Press, 1999, pp. 211–240.
- Meshcherkina-Rozhdestvenskaia E. Vizual'nyi povorot: analiz i interpretatsiia izobrazhenii [Visual Turn: the Analysis and Interpretation of Images]. *Vizual'naia antropologiya: novye vzglyady na sotsial'nuiu real'nost'* [Visual Anthropology: New Views on Social Reality] (eds E. R. Iarskaia-Smirnova, P. V. Romanov, V. L. Krutkin), Saratov, Nauchnaia kniga, 2007, pp. 28–42.
- Niethammer L. *Kollektive Identität: Heimliche Quellen einer unheimlichen Konjunktur*, Reinbek bei Hamburg, Rowohlt, 2000.
- Ochs E., Capps L. *Living Narrative: Creat-*

- ing Lives in Everyday Storytelling*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 2002.
- Polanyi L. *Telling the American Story: A Structural and Cultural Analysis of Conversational Storytelling*, Norwood, NJ, Ablex, 1985.
- Polletta F., Lee J. Is Telling Stories Good for Democracy? Rhetoric in Public Deliberation after 9/11. *American Sociological Review*, 2006, vol. 71, pp. 699–723.
- Pratt M.-L. *Toward a Speech Act Theory of Literary Discourse*, Bloomington, Indiana University Press, 1977.
- Risse T. A European Identity? Europeanization and the Evolution of Nation State Identities. *Transforming Europe: Europeanization and Domestic Change* (eds M. G. Cowles, J. A. Caporaso and T. Risse), Ithaca, NY, Cornell University Press 2001, pp. 198–216.
- Ryan M. L. Tellability. *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (eds D. Herman, M. Jahn, M. Laure-Ryan), London, Routledge, 2005, pp. 589–591.
- Ryan M. L. Transfictionality Across Media. *Theorizing Narrativity* (eds J. Pier, J. A. Garna), Berlin, De Gruyter, 2008, pp. 385–417.
- Ryan M. L. Transmedial Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*, vol. 34, no. 3, pp. 361–388.
- Saint-Gelais R. Transfictionality. *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* (eds D. Herman, M. Jahn, M. Laure-Ryan), London, Routledge, 2005, pp. 612–613.
- Sanders L. M. Against Deliberation. *Political Theory*, 1997, no. 25, pp. 347–376.
- Shapiro I. Optimal Deliberation? *Journal of Political Philosophy*, 2002, no. 10, pp. 196–211.
- Sternberg M. Universals of Narrative and Their Cognitivist Fortunes (I). *Poetics Today*, 2003, vol. 24, no. 2, pp. 297–395.
- Strath B. A European Identity: To the Historical Limits of a Concept. *European Journal of Social Theory*, 2002, no. 5, pp. 387–401.
- Strauss A., Corbin J. *Osnovy kachestvennogo issledovaniia: obosnovannaia teoriia, protsedury i tekhniki* [Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory], Moscow, Editorial URSS, 2001.
- Umlauf J. “Ich bin für ein Europa der Minderheiten ohne nationale Barrieren”. *Deutschland.de*, 2013, no. 2, p. 26.
- Young I. M. *Inclusion and Democracy*, Oxford, England, Oxford University Press, 2000.

История
и легитимация:
Соединенные
Штаты Америки
в «войне против
терроризма»
(2001–2004)

Перевод с французского
Ольги Масловой-Вальтер
выполнен по изданию:
© *Belletante J.* Récit et
légitimation: les États-Unis
en guerre contre le terror-
isme (2001–2004) // *Études*
de communication. 2010.
Vol. 34. P. 177–192. Публику-
ется с любезного разреше-
ния автора.

Жозеф Бельтант

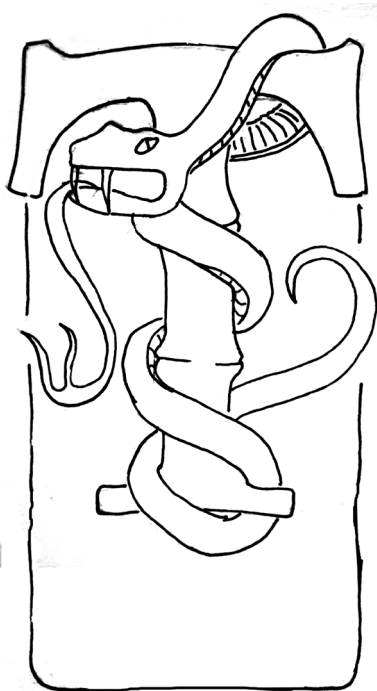
Доктор политологии, сотрудник политологи-
ческой лаборатории Triangle в Лионе.

Адрес: 15 parvis René Descartes, BP 7000,
69342 Lyon Cedex 07, France.

E-mail: joseph.belletante@gmail.com.

Ключевые слова: терроризм; Америка; на-
ративная политика; сторителлинг; пропаган-
да; актантный анализ; администрация Буша.

Геополитический концепт «война против
терроризма» был создан администрацией
президента США сразу после трагических
событий 11 сентября 2001 года. Автор статьи
отталкивается от новых подходов к анализу



Террористические атаки 11 сен-
тября 2001 года впервые импор-
тировали в США ближневосточ-
ный терроризм¹. Они обозначили
и символизировали собой разру-
шение национальной политической
«истории», основанной на понятии
сверхдержавы². Шок, вызванный
этими террористическими актами,
привел к образованию пробелов

. См.: *Tertrais B.* La guerre sans fin. L'Améri-
que dans l'engrenage. P.: Seuil, 2004.

. Обращение Джорджа У. Буша в Националь-
ный день памяти Перл-Харбора 6 декабря
2002 года: «На руинах Перл-Харбора Аме-
рика строит самый крепкий в мире флот
и становится сверхдержавой, чтобы затем
привести коалицию союзников к полной
победе над злом во Второй мировой войне».

политического дискурса, кристаллизовавшихся в понятии сторителлинга. В статье анализируется, как, начиная с правления Рональда Рейгана, американское руководство прибегает к созданию новых мифов о единстве и уникальной миссии нации. Белый дом начал поощрять создание историй о борьбе добра со злом, чтобы превратить выборы 2004 года в моральную коллизию. Нарративному анализу подвергаются четыре речи Джорджа Буша-младшего. Показывается, как «история» становится в них средством легитимации политической и военной программ, какими средствами производится фиксация на соотношении сил с целью оптимизации политических выгод от «истории».

Автор статьи применяет к анализу эволюции господствующего американского политического дискурса актантный анализ Альгирдаса Жюльена Греймаса. Американский гражданин

представляет собой главного героя, субъекта истории. Его психическому и физическому состоянию был нанесен вред, и с этого момента он должен бороться за восстановление мирового порядка и демократии, чтобы добиться торжества свободы и справедливости над злом (являющимся объектом). Для этого ему необходимо обнаружить группы террористов (*врагов*), атаковавших его, чтобы помешать им нанести еще больший вред, и не попасть к ним в руки или не оказаться в символическом тылу терроризма. В этом ему будет помогать американская армия (вспомогательное средство, *помощник*) и ее ударная мощь, управляемая и приводимая в действие Джорджем Бушем, главнокомандующим и гарантом нации (*отправитель*), который сделает все возможное для привнесения ценностей американской демократии в современный мир (*получатель*).

как в политическом нарративе, так и в осмыслении и обсуждении прошлого, настоящего и будущего. Такая ситуация заставила власть предержащих менять способы интерпретации, чтобы справиться с хаосом и вернуть смысл в мировое равновесие, омраченное новой угрозой, столь же плохоразличимой, сколь и труднообъяснимой.

У создателей дискурса «пост-11/9» не оказалось достаточно времени на развитие разработанной «истории»; скорее, ужас и возможность новых атак с воздуха подтолкнули их к поиску и выживанию в корнях американского синтаксиса и в популярных мифах тех манихейских акцентов, которые были заложены в основание американской демократии, но несколько ослабили и утратили остроту после окончания холодной войны³. Впослед-

3. Boniface P., Hassner P. *Réflexions critiques sur la scène internationale* // *Revue Internationale et Stratégique*. 2002. № 46. P. 14. Администрация Буша воспользуется этим обновленным нарративом, демонстрирующим биполярную схему отношений между «добром» и «злом», чтобы обновить референтное отношение американцев к *мягкой власти*, отличающей главным образом правительство Клинтона, и к *жесткой власти*,

ствии они логичным образом адаптировались к обстоятельствам, к первым реакциям жертв и наблюдателей и постепенно внесли изменения в терминологию, нацеленную на ведение борьбы с терроризмом во всех концах света.

Таким образом, выражение «война с терроризмом», подразумевавшее вначале «войну против террора», то есть против дьявольского врага, заменилось впоследствии более успокаивающим и обнадеживающим дискурсом, связанным с поворотом США к сложностям реальности. Главной темой становится теперь «война за свободу».

Во Франции исследование политической наррации приобрело недавно новый импульс в связи с понятием сторителлинга, появившегося в Штатах с началом президентства Рональда Рейгана⁴. Можно определить сторителлинг как дискурс, направленный на создание уникальной «истории», которая придавала бы смысл разрозненным фрагментам и позволяла бы использующим ее легитимировать сообщения или действия, следовать определенным личным интересам и при этом объединять клиентов, телезрителей или избирателей⁵. Такая история может, следовательно, регулировать реакции и волнения индивидуумов, вызванные некоторым особым событием⁶, поскольку предлагает им интегрировать в их рассуждения одну или же несколько нарративных схем и структур, находящихся отклик в некоторых из их ментальных или воображаемых представлений⁷.

Если принять во внимание, что создание «историй» вообще представляет собой один из первоначальных видов деятельности человека⁸, то неудивительно, что на протяжении XX века оно привело к появлению разнообразных профессиональных техник, связанных с выработкой экономических, художественных или политических «историй», при помощи которых политики в течение долгого времени пытались освободиться от слиш-

отличающейся регулярным использованием вооруженных сил в международных конфликтах.

4. См.: *Salmon Ch.* Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits. P.: Editions La Découverte, 2007. P. 124–125.
5. *Poletta F.* It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics. Chicago: University of Chicago Press, 2006. P. 16.
6. *Wong M. Ch.-P.* The effects of story schemata on narrative recall. Hong-Kong: Lang Book Chapters, 1995. P. 147.
7. *Juarrero A.* Dynamics in Action, Intentional Behavior as a Complex System. Cambridge: MIT Press, 1999. P. 213.
8. *Turner M.* The Literary Mind. N.Y.: Oxford University Press, 1998. P. 15.

ком уж негативного термина «пропаганда»⁹, чтобы расширить сферу влияния и войти в высшие эшелоны власти. Здесь речь пойдет об интересующем нас политическом использовании американской «истории» о борьбе с терроризмом в период с 2001 по 2004 год, то есть во время первого президентского мандата Джорджа У. Буша. «Истории», вначале с успехом использующей национальный траур и чувство единения американского народа, контролируемое и управляемое средствами массовой информации¹⁰, чтобы занять пространство дискурса и лишь затем «официально» допустить выражение иных точек зрения гражданами манифестациями или целыми штатами. Мы предлагаем также задаться вопросами структуры и эффективности этой «истории», воспринимаемой как способ легитимации власти республиканской администрацией для реализации ее политических планов, распространяющихся как на внешние военные интервенции (конфликты в Афганистане и Ираке), так и на внутренние дела, за счет кристаллизации соотношения сил между врагами и защитниками демократических ценностей в преддверии президентских выборов 2004 года.

Для этого мы решили изучить содержание четырех речей американского президента, произнесенных в течение указанного периода. Данные речи трансформируются в «историю» либо для обоснования политики войны с терроризмом, либо для управления этой политикой в зависимости от обстоятельств, если принять различие, проведенное Патриком Шародо¹¹. В этот корпус входят «основополагающая» краткая речь, произнесенная перед конгрессом 20 сентября 2001 года, затем две яркие речи, посвященные внешней политике, одна из которых была произнесена перед кадетами Военной академии Вест-Пойнт 1 июня 2002 года, а вторая — перед студентами Университета Южной Калифорнии 9 мая 2003 года. Кроме того, мы рассмотрим обращение к сторонникам республиканской партии от 2 сентября 2004 года¹², сделанное во время конвенции партии, проходившей в Нью-Йорке. Каждый из этих трех последних текстов отражает ступень

9. См.: *Bernays E. Propaganda*. N.Y.: Horace Liveright, 1928.

10. См.: *Lits M. Du 11 septembre à la riposte. Les débuts d'une nouvelle guerre médiatique*. Bruxelles: De Boeck, INA, 2004.

11. *Charaudeau P. Le discours politique. Les masques du pouvoir*. P: Vuibert, 2005. P. 36.

12. Первые три речи можно найти на сайте <http://www.america.gov/>, а четвертую — на сайте республиканского национального комитета: <http://www.gop.com/>.

в борьбе, проводимой Соединенными Штатами, и представляет исключительно важную адаптацию нарративной матрицы, созданной в 2001 году, а именно: сначала постериорное обоснование войны в Афганистане, затем — войны в Ираке и, наконец, изменение риторики в рамках избирательной кампании.

«История» как средство легитимации политической и военной программ

Администрация Буша никогда не скрывала своей склонности к сторителлингу¹³, который откровенно использовался с целью убедить американский народ в необходимости проведения международной политики, направленной на борьбу с терроризмом. Систематическое обращение к военным метафорам, так же как и к реальным фактам террора, в первых речах президента Буша после атак 11 сентября подготавливала американскую и международную общественность к военному вмешательству, легитимируя интервенционистскую политику, направленную на защиту национальных стратегических интересов¹⁴. «История», поддерживающая «войну с терроризмом», появляется начиная с первых абзацев послания Джорджа Буша-младшего к конгрессу от 20 сентября 2001 года. В нем проводится различие между этой войной «нового порядка» и теми, что велись в прошлом в Ираке и Косово, чтобы сформировать уникальную объединяющую идентичность для этой «цивилизационной» битвы. На этот раз речь идет о том, чтобы «идти дальше», «сражаться со всеми врагами свободы» в мире, говорится об «осажденной» свободе, которую должны защитить американцы, «ненавидимые преступниками», которые хотят «уничтожить евреев и христиан на всех просторах Азии и Африки»:

В этот вечер мы — это страна, проснувшаяся в опасности и призванная защитить свободу. Наша скорбь превратилась

13. В своей статье «Без сомнения, веры, определенности — президентство Джорджа Буша-младшего» (*Without a doubt, faith, certainty and the presidency of George W. Bush*), опубликованной в «Нью-Йорк Таймс» 17 октября 2004 года, журналист Рон Саскинд передает слова близкого советника президента, с которым тот якобы поделился летом 2002 года своим мнением об Америке: «Теперь мы — империя. Наши действия создают нашу собственную реальность... Мы — действующие лица истории».

14. *De Durand E. Des différents usages du terme guerre et de leur signification dans les représentations politiques américaines // Transatlantica. 2001. № 1.*

в гнев, и гнев стал решением. Предадим ли мы наших врагов справедливому суду или мы сами свершим справедливый суд над нашими врагами, но справедливость восторжествует.

Мы можем, таким образом, присвоить каждому персонажу, непосредственно принимающему участие в этой предложенной американским правительством «истории», значение актанта, семантическую роль, необходимую для выявления различных функций «истории». *Американский гражданин* представляет собой главного героя, субъект истории. Он был подвергнут неблагоприятному воздействию¹⁵, атаки 11 сентября нанесли вред его психическому и физическому состоянию, и с этого момента он должен бороться за восстановление мирового порядка и демократии, чтобы *добиться торжества свободы и справедливости над злом* (являющимся объектом). Для этого ему необходимо обнаружить *группы террористов* (врагов), атаковавших его, чтобы помешать им нанести еще больший вред, и не попасть к ним в руки или не оказаться в символическом тылу терроризма. В этом ему будет помогать *американская армия* (вспомогательное средство, помощник) и ее ударная мощь, управляемая и приводимая в действие *Джорджем У. Бушем*, главнокомандующим и гарантом нации (дестинатор), который сделает все возможное для привнесения ценностей американской демократии в *современный мир* (получатель).

Террорист, ставший врагом, носителем террора, требует от американского субъекта подняться и взяться за оружие, чтобы защитить свою честь и свою свободу, — вот сценарий «бесконечной» войны¹⁶ с терроризмом, в которую вступили Соединенные Штаты¹⁷. В этой борьбе «противоядием» может служить лишь демократия¹⁸. Если американский ответ на атаки 2001 года сначала принял форму ожесточенного конфликта в Афганистане («Несокрушимая свобода»), а затем был продолжен операцией «Иракская свобода» в 2003 году, то вместе с этим видоизме-

15. То, что Греймас назвал «утрата, нехватка или желание». См.: *Greimas A. J. Sémantique structurale*. P.: Larousse, 1966.

16. См.: *Tertrais B.* Op. cit.

17. Следует уточнить, что смысл слова «война» меняется от культуры к культуре и что в Америке оно традиционно означает привилегированное действие государства (и его администрации), направленное на укрепление его позиций на международном уровне (*De Durand E.* Op. cit.).

18. См.: *Vandehai J.* Bush Calls Democracy Terror's Antidote // *The Washington Post*. March 9, 2005.

нялась и политическая «история», менялись установки главного героя истории, переходившего от роли солдата, задачей которого было раскрытие планов террористических групп, к роли рыцаря, несущего мир на Ближний Восток. «История» о терроре, в которой смешаны логос и пафос, служит военным планам и в любом случае позволяет администрации Буша продолжительное время применять силу при урегулировании конфликтов. Предыдущие доктрины, характеризующиеся установлением преград или тактикой сдерживания, заменяются понятием превентивной войны как знака наступательного характера решений Вашингтона. Хотя тень Рональда Рейгана еще реет над Америкой, международные отношения отныне рассматриваются в свете триумфального реализма:

На протяжении прошлого столетия внешняя политика США была основана на доктринах сдерживания и предотвращения. В некоторых случаях эти стратегии могут применяться и сейчас. Но новые угрозы требуют новой политики. Предотвращение не может противостоять невидимым террористическим сетям, в которых нет ни наций, ни граждан, которых надо защищать. Сдерживание невозможно, когда сумасшедшие диктаторы, обладающие оружием массового поражения, могут создавать все новое оружие и передавать его своим союзникам... Война против терроризма не может быть выиграна, если оставаться в обороне. Мы должны атаковать врага, чтобы он потерпел поражение, мы должны противостоять угрозам еще до того, как они проявились (аплодисменты). В том мире, который принадлежит нам, единственная дорога к безопасности — дорога действия. И наша нация будет действовать (аплодисменты)¹⁹.

В речи в Вест-Пойнте тоже присутствуют классические темы и примеры дискурса о войне с терроризмом²⁰, но при этом добавляются новые мотивы, а именно говорится о существовании «неуравновешенных диктаторов» и «оружии массового поражения»:

Наиболее серьезной опасностью, угрожающей свободе, является опасное пересечение радикализма и технологии. Когда

19. Речь президента Буша на выпускной церемонии в Вест-Пойнте 1 июня 2002 года.

20. «Мы находимся в зоне конфликта между добром и злом, и Америка зовет зло своим именем. Атакуя зло, существующее в режимах беззакония, мы не создаем проблемы, мы их выявляем. И мы возглавим мировую борьбу, чтобы противостоять злу».

распространяется химическое, биологическое и ядерное оружие, когда существует технология для производства баллистических ракет, то даже слабые государства и маленькие группы людей могут обладать катастрофической мощностью, позволяющей им поражать большие нации. Наши враги продемонстрировали свою решимость это сделать, но мы их опередили в их попытках завладеть этим ужасным оружием. Они хотят получить возможность вредить нам и нашим друзьям, подвергать нас шантажу, и мы будем противостоять им изо всех сил.

Такая установка, открыто нацеленная против Ирака, в скором времени затронет политических и экономических партнеров страны. «История» чересчур быстро развивается в авторитарном направлении. И американская администрация собирается обосновать нападение, используя для вступления в войну демократическую философию, которая не говорит о сражении наций, а предлагает сообща работать на победу ценностей равенства и свободы. Буш подтверждает эту новую либеральную линию в речи 9 мая 2003 года в Университете Южной Каролины:

То, что происходит на Ближнем Востоке, чрезвычайно волнует Америку. Горечь, царящая в этом регионе, может принести насилие и страдание и в наши города. Если принести свободу и мир на Ближний Восток, то это может смягчить горечь и укрепить нашу безопасность. Поэтому сегодня я хочу обсудить с вами большой проект, касающийся нашей нации. Мы собираемся использовать наше влияние и наш идеализм, чтобы на смену старым ссорам пришли новые для Ближнего Востока надежды (аплодисменты).

От террора к идеализму, от страха к надежде — весь словарный состав, связанный с террористическими актами 11 сентября, без сомнения, смягчается, потому что, с одной стороны, растет число международных протестов и обвинений США в односторонних действиях и, с другой стороны, цель перевооружения страны уже была достигнута и столь рекомендуемая советниками президента Буша война с Ираком начата:

Будущее мира невозможно без поражения террора... В войне с Афганистаном мы разрушили один из самых диктаторских режимов на планете, мы уничтожили почти всех террористов на его территории... И в войне с Ираком мы сражались с режимом, который помогал террористам, который владел оружием массового поражения, представляющим угрозу

миру, и который преследовал свой народ. Этот режим более не существует (аплодисменты). <...> Мы намереваемся помочь Ближнему Востоку развиваться с надеждой, а не в страхе. Благодаря идеалам нашей нации мы с вами не будем больше жить в эпоху террора. Мы будем жить в эпоху свободы.

Чтобы оправдать американскую интервенцию в эту страну, война с терроризмом, которая до этого момента опиралась на мобилизационное понятие «террора»²¹, приняла форму борьбы с распространением ядерного оружия, а потом — войны с «диктатурами»²². Речь смягчается. Этот новый подход во внешней политике находит свое выражение в «истории», в которой рассказывается о желании заняться тремя основными задачами: создать международное сообщество демократий, в этом сообществе направить усилия на обеспечение безопасности и одновременно «умерить» отчаяние порабощенных народов, из которого берет начало терроризм, и, наконец, «распространить» базы, необходимые для установления стабильных демократических режимов на планете.

Переустройство Соединенными Штатами Ближнего Востока²³ располагается в центре этой риторики, уже лишенной воинственных акцентов. Разумеется, со стороны Америки присутствует заинтересованность и в энергетических ресурсах (нефти и природном газе), но это далеко не все — существуют более значимые интересы. Политическая «история» борьбы с терроризмом позволяет объяснить долгосрочное присутствие национальной армии в регионе. Она готова обслуживать интересы политики, ориентированной впредь на Иран, Россию и прежде всего на Китай, будущего врага номер один американского правительства. Война против терроризма должна продолжаться, чтобы сохранить максимум военных и стратегических преиму-

21. Говоря о терроризме как о «глобальной сети террора», подлежащей уничтожению, подобно «сорной траве, где бы она ни росла», администрация Буша, в свою очередь, «терроризирует» население, которому предлагает осуществить выбор между лишь двумя возможными категориями идентификации, каковыми, по ее мнению, являются «свобода» и «страх». Выбрать свободу означает полностью встать на сторону американских властей, противоположный выбор означает принятие намерений «оси зла» (этот термин впервые появился в речи 20 сентября 2001 года).

22. *Tertrais B.* Op. cit. P. 34.

23. См.: *Aoun S.* Le remodelage du Moyen-Orient, de l'Irak à la Syrie. Montréal: Études Raoul-Dandurand, 2005.

ществ в рамках международной гегемонии²⁴. Если война продолжается, то «история» должна регулярно приспосабливаться к ситуации, видоизменяться так, чтобы те, кто ее слушает, не могли считать единство ее смысла с действиями, начатыми в сентябре 2001 года; «история» должна быть понятной и объясняющей большое количество поставленных задач и методов для их выполнения. При этом «история» постоянно поддерживает соотношение сил, необходимое для идентификации субъекта как центра структуры, делая таким образом возможным для получателей сообщения идентифицировать себя в речи рассказчика. Помещая на протяжении долгого времени тему зла в центр нарративной схемы, американская администрация демонстрирует намерение не ограничиваться рамками просто военных целей, а подпитывать президентские амбиции республиканского правительства, несмотря на то что военные действия не дают достаточных результатов.

Фиксация на соотношении сил

с целью оптимизации политических выгод от «истории»

В своей теории «двойной массы»²⁵ Элиас Канетти обосновывает гегемонию государства наличием врага, отражающего и упрочивающего превосходство политической власти. Именно за счет того, что появляется враг, которого можно представить как угрозу, поддерживается могущество государства. Исчезновение советского блока в конце холодной войны сильно пошатнуло господство Америки на международной арене, и ей требовалось в короткие сроки найти новый объект, на который можно было бы опереться как на идеологическом, так и на нарративном уровнях.

Терроризм начал играть эту роль в течение 1990-х годов, но лишь атаки 11 сентября позволили ему получить статус первостепенного врага²⁶, единолично структурирующего набор государственных стратегий, требующего даже особенный словарь, соответствующий уникальной форме нового обсуждаемого врага. Определение, которое Америка дает терроризму, намерен-

24. *Kagan R. Strategic dissonance // Survival. Winter 2002–2003. P. 138–139.*

25. См.: *Canetti E. Masse et puissance. P: Gallimard, 1966.*

26. См.: *Russell J. A., Casebeer W. D. Storytelling and Terrorism: Towards a Comprehensive Counter-Narrative Strategy // Strategic Insights. 2005. Vol. 4. Iss. 3. P. 1–16.*

но неясное, неточное²⁷. Оно начинается, собственно, с вывода на сцену террористических группировок, конкретно «Аль-Каиды», заявляющей, что ее войска и ее руководители «невидимы» и «непредсказуемы»²⁸. Администрация Буша использует эту аргументацию для обоснования быстроты и силы военного реагирования на местности:

Америка подверглась нападению безжалостного и изобретательного врага... Наша безопасность требует безупречной работы разведывательных служб для обеспечения информацией об угрозах, таящихся в пещерах или лабораториях... Мы найдем тех, кто создает эту зловещую угрозу для нашей страны и всего мира... В прошлом враги нуждались в огромных армиях и в большой индустриальной мощи, чтобы представлять опасность для американского народа, для нашей нации. Для атак 11 сентября понадобилось лишь несколько сотен долларов в руках и несколько десятков человек с дьявольскими и полными иллюзий душами²⁹.

Таким образом, администрация Буша с помощью сторителлинга развила обобщающую риторику вокруг концепта «Аль-Каиды» и обозначила главное лицо, ответственное за атаки, совершенные на американской территории, которое и стало представителем зла. В своей речи 20 сентября 2001 года Джордж Буш-младший не делает тайны из личности террористов, которых требуется найти:

Эта группа и ее лидер, человек по имени Усама бен Ладен, связаны с многочисленными организациями в разных странах, среди которых можно назвать «Египетский исламский джихад» и «Исламское движение Узбекистана». Тысячи террористов находятся более чем в шестидесяти странах. Они завербованы в своих или в соседних с ними странах и переправлены в специальные лагеря, расположенные, например, в Афганистане, где они проходят обучение террористическим тактикам. Потом их возвращают на родину или отправляют

27. Министерство обороны видит в этом «призывы к неправомерному насилию в целях вызвать страх, ограничить или запугать гражданские власти и общество, на что, как правило, имеется политический, религиозный или идеологический заказ». См.: Department of Defense Dictionary of Military and Associated Terms. P. 531.

28. См.: Cahiers de Médiologie. 2002. № 13. No. spéc. «La scène terroriste» / C. Lavenir, F.-B. Huyghe (eds).

29. Речь президента Буша в Военной академии Вест-Пойнт 1 июня 2002 года.

в другие страны, где они втайне разрабатывают жестокие разрушительные планы.

Тем не менее он придает несколько дидактический оттенок своему выступлению, задавая американским гражданам четыре вопроса: «Кто напал на нашу страну? Почему террористы нас ненавидят? Как мы собираемся выиграть эту войну? Чего ожидает от нас Америка?» Это экспрессивное обращение, в котором президент США задает вопросы и сам на них отвечает, подчеркивает манихейское видение надвигающегося конфликта между американской цивилизацией и мракобесием врага: «Свобода и страх, справедливость и жестокость враждовали всегда, но мы знаем, на чьей стороне Бог»³⁰.

Террорист, являющийся агрессором, должен, следовательно, уйти с первого плана, на котором он присутствовал как запускной механизм «истории», уступая его жертве нападения, создающей соотношение сил, меняющее установленный порядок в «истории», и становящейся защитником цивилизации, истинным героем современного мира. Новый сценарий, в котором «хорошие» борются со «злыми», основательно разворачивает направление нарративного конфликта и помещает Америку в центр не только войны с терроризмом, но и войны за свободу. С тех пор, как однажды семантическая пустота, образовавшаяся после террористических атак, была заполнена, стала возможной полная перемена взглядов американцев. Она образуется вокруг следующих четырех утверждений³¹: терроризм — это враг; он является международным (связанным с другими государствами); фронт занимает все пространство (как внутри страны, так и за ее пределами); каждое государство должно выбрать свой лагерь.

Такая организация риторики, выстроенная вокруг войны с терроризмом, опирается на лексическую базу идеологического словаря столь же разнообразную, сколь и неоконсервативную, связанную как с религиозным фундаментализмом, так и с политическим реализмом³². Таким образом, война «в эпоху терроризма» или «с терроризмом» соответствует реалистичному регистру правительственной лингвистической палитры, тогда как борьба со «злом» выражает представления, защи-

30. Речь президента Буша в американском конгрессе 20 сентября 2001 года.

31. *Sicherman H. Finding a Foreign Policy // Orbis. Spring 2002. P. 219–220.*

32. См.: *Tertrais B. Op. cit.*

щаемые сегодняшними миссионерами, к которым относится большое число членов администрации Буша. Наконец, понятие «террор» относится к неоконсервативной политической культуре, модернизированной Рональдом Рейганом, который не сомневался в правомерности констатации «террора» одновременно и во внутренних делах (инфляция), и во внешних (Советский Союз)³³.

Для того чтобы подчеркнуть освободительную функцию американского вторжения на территорию Ирака, «история» в целом и в особенности политическая «история» нацелены на трансформацию негатива в позитив. Эта позитивность позволяет рассказчику поместить себя в центр «истории» и организовать мир при помощи интерпретации, в которой роль врага дается тем, кто мешает реализации его желаний и его намерений, а также помогает заставить получателей новой истории разделить его мнение.

Президент Буш намерен и впредь использовать эту возможность и распространить влияние «истории» на сферу внутренней политики и на устройство собственного политического будущего. В ходе первой президентской кампании Буш получил меньшее количество голосов, чем его противник, кандидат от демократической партии, и, вступив в должность, не стал затрудняться созданием собственной политической судьбы, а воспользовался политическим наследием своего отца, Джорджа Буша-старшего. Опыта работы на посту губернатора Техаса было недостаточно, чтобы уничтожить сомнения в способности Джорджа Буша-младшего руководить государством. Но поскольку он оказался способен стать президентом, то он становится и дестинатором «истории», суверенным актантом и гарантом демократических ценностей.

Он может позаботиться теперь о собственном образе, создаваемом им самим с помощью этих речей, и подчеркнуть этос в содержании «истории»³⁴. Создавая свои речи на основе «исто-

33. В своей инаугурационной речи 20 января 1981 года Рейган выразил намерение «остановить инфляцию и тем самым освободить каждого американца от террора беспрерывно растущих цен». Термин «террор» будет применен и в отношении советского режима в речи о союзном государстве, произнесенной 4 февраля 1986 года: «Остается значительной угроза применения советской военной силы».

34. Charaudeau P. Op. cit. P. 87. «Самым почетным долгом американского президента является защита американского народа. Если Америка продемонстрирует в этом десятилетии нерешительность и слабость, в мире

рии», сравнимой с историями из «Тысячи и одной ночи»³⁵, в своих словах он к тому же лишает противников оружия, способного противостоять его военным достижениям, и обвиняет их в недостаточно ясной аргументации:

История, история Америки — это история развития свободы: это круг, все более расширяющийся и включающий в себя все больше и больше. Главная миссия нашей нации остается нашим самым важным обязательством: во всем мире и в нашей стране мы раздвинем границы свободы... Сейчас, как и всегда, я различаюсь с моими противниками в подходе к этому вопросу... Но разве трудно поддерживать наши войска в их борьбе? <...> Со мной вы знаете, во что я верю и за что сражаюсь³⁶.

Буш извлекает максимум политических козырей из наземных военных действий. Он становится главнокомандующим армией с неограниченной властью, властью, которую надо гарантировать победами и мощными наступлениями в зоне конфликта. Он выступает в роли главного руководителя восстановления Америки и параллельно обязуется выдвинуть свою кандидатуру в 2004 году, чтобы продолжить работу, которой, по определению, нет конца, потому что она направлена на борьбу с террором³⁷.

произойдет трагедия. Этого не случится во время моего правления. Я приду к власти с четким и позитивным планом построения более надежного мира и более оптимистичной Америки» (Буш, 2004).

35. См.: *Chernus I.* Karl Rove's Scheherazade Strategy. URL: <http://www.tomdispatch.com/post/99707/>, а также книги: *Monsters to Destroy: The Neo-conservative War on Terror and Sin.* Boulder, CO: Paradigm Publishers, 2006.

36. Речь Джорджа Буша-младшего на республиканской конвенции в Нью-Йорке 2 сентября 2004 года.

37. Лингвист Джордж Лакофф из Института Рокридж отметил в 2006 году, что политическая заинтересованность в использовании термина «террор» в стратегиях внутренней и внешней политики обусловлена исключительно неясным и абстрактным значением слова, что позволяет планировать бесконечную войну. «В самом деле, террор не может быть уничтожен армиями или прекратиться после подписания договора». Таким образом, этот термин можно регулярно применять по отношению к «терроризму», проявления которого трудно зафиксировать, что приводит к противоречивой оценке результатов действий, направленных на борьбу с ним, и вместе с этим к разработке политического дискурса на продолжительное время.

Заключение

Итак, мы видим, что «история» борьбы со злом, разработанная американским государством в период с 2001 по 2004 год, позволила легитимировать методы внутренней и внешней политики, благоприятствуя созданию климата общественной безопасности, что в конечном итоге было использовано кандидатом Бушем, который занял Белый дом еще на четыре года. Таким образом, президент использовал сторителлинг, чтобы остаться у власти, он писал свою «историю», адаптируя ее к международному контексту, или же использовал «истории» других, чтобы повысить собственную ценность³⁸. Но увязание американских войск в Ираке постепенно стерло образ спасителя и выявило неспособность Буша и его администрации навязать Ближнему Востоку свое мнение и свои желания. Излишнее нарративное упрощение не позволяет, следовательно, совершенствовать «историю» и вредит своим авторам, теряющим монополию на создание национального сценария в пользу демократического лагеря и граждан, к которым вновь частично переходит возможность интерпретировать события³⁹. Усталость общества, поиск аутентичности⁴⁰ и нарастание внутренних проблем, в первую очередь экономических, требуют создания новой «истории», более того, новых политических судеб и героев, способных на создание связного вымышленного рассказа, еще больше отодвигающего на задний план сложности в международных отношениях.

38. Во время президентской кампании, за несколько недель до выборов, в одном из рекламных роликов Буш пользуется «историей» Эшли Линн, дочери одной из жертв атаки на Всемирный торговый центр (World Trade Center), для усиления своего образа защитника в роли главнокомандующего.

39. Опрос общественного мнения, проведенный Институтом Гэллапа и USA Today 28–30 апреля 2006 года, показал, что 56% респондентов считают, что президент был «нечестен» и что он осуществлял выбор чиновников, руководящих страной, «по знакомству». 61% опрошенных считают, что федеральное правительство ими не занимается, и 58% отмечают рост недоверия к средствам массовой информации. Что касается опроса общественного мнения, проведенного Лихтманом/Зогби за несколько дней до того (22–26 апреля), то он демонстрирует, что 76% его участников считают, что американский конгресс больше не заслуживает доверия и что 44% граждан Америки думают, что Джордж Буш-младший использовал террористические атаки как повод начать войну с Ираком.

40. *Engelhardt T. The End of Victory Culture*. Boston: University of Massachusetts Press, 1998. P. 16–36.

Литература

- Aoun S. Le remodelage du Moyen-Orient, de l'Irak à la Syrie. Montréal: Études Raoul- Dandurand, 2005.
- Bernays E. Propaganda. NY: Horace Liveright, 1928.
- Boniface P., Hassner P. Réflexions critiques sur la scène internationale // Revue Internationale et Stratégique. 2002. № 46. P. 11–20.
- Cahiers de Médiologie. 2002. № 13. No. spéc. «La scène terroriste» / C. Lavenir, F.-B. Huyghe (eds.).
- Canetti E. Masse et puissance. P.: Gallimard, 1966.
- Charaudeau P. Le discours politique. Les masques du pouvoir. P.: Vuibert, 2005.
- Chernus I. Karl Rove's Scheherazade Strategy. URL: <http://www.tomdispatch.com/post/99707/>.
- Chernus I. Monsters to Destroy: The Neo-conservative War on Terror and Sin. Boulder, CO: Paradigm Publishers, 2006.
- De Durand E. Des différents usages du terme guerre et de leur signification dans les représentations politiques américaines // Transatlantica. 2001. № 1. Режим доступа: <http://transatlantica.revues.org/466>.
- Engelhardt T. The End of Victory Culture. Boston: University of Massachusetts Press, 1998. P. 16–36.
- Greimas A. J. Sémantique structurale. P.: Larousse, 1966.
- Juarrero A. Dynamics in Action, Intentional Behavior as a Complex System. Cambridge: MIT Press, 1999.
- Kagan R. Strategic dissonance // Survival. Winter 2002–2003. P. 138–139.
- Lits M. Du 11 septembre à la riposte. Les débuts d'une nouvelle guerre médiatique. Bruxelles: De Boeck, INA, 2004.
- Poletta F. It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics. Chicago: University of Chicago Press, 2006.
- Russell J. A., Casebeer W. D. Storytelling and Terrorism: Towards a Comprehensive Counter-Narrative Strategy // Strategic Insights. 2005. Vol. 4. Iss. 3. P. 1–16.
- Salmon Ch. Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits. Paris: Editions La Découverte, 2007.
- Sicherman H. Finding a Foreign Policy // Orbis. Spring 2002. P. 215–227.
- Tertrais B. La guerre sans fin. L'Amérique dans l'engrenage. P.: Seuil, 2004.
- Turner M. The Literary Mind. N.Y.: Oxford University Press, 1998.
- Vandehai J. Bush Calls Democracy Terror's Antidote // The Washington Post. 09.03.2005.
- Wong M. Ch.-P. The effects of story schemata on narrative recall. Hong-Kong: Lang Book Chapters, 1995.

History and Legitimation: the USA in the "War on Terror" (2001–2004)

Joseph Belletante. PhD in Political Science, Researcher at the Laboratorium Triangle in Lyon.

Address: 15 parvis René Descartes, BP 7000, 69342 Lyon Cedex 07, France.
E-mail: joseph.belletante@gmail.com.

Keywords: terrorism, America, storytelling, narrative politics, propaganda, Bush administration.

The geopolitical concept *War on terror* was created by the George W. Bush

administration after 9/11. The White House has invented classic good-against-evil stories and has tried to transform the 2004 election into a moral drama. Storytelling can also divert voters' attention away from the state of the war by evoking the great collective myths of the US imagination. The paper aims to prove this by analyzing four crucial speeches of President George W. Bush. History is used to legitimate both a political and a military program. The article shows by which

means the President tries to reap political profit by treating history in this way. How do stories enchant political reality, and how does this ideological use of meaning serve the interests of a political destiny?

To answer these questions, Greimas's discourse analysis methods have been employed. The American citizen is the principal hero, or *subject*, of the story. His psychological and physical states were threatened and then damaged, and since

then he has to fight to reestablish the world order and democracy to triumph over the Evil (*object*). For this purpose, he has to find terrorists (*opponents*) and to combat them to prevent them from committing a bigger evil. The American Army (*helper*) will be directed by the U. S. President who is also a guarantor of the nation (*sender*), who will do his best to give the gift of democratic values to the world (*receiver*).

References

- Aoun S. *Le remodelage du Moyen-Orient, de l'Irak à la Syrie*, Montréal, Études Raoul-Dandurand, 2005.
- Bernays E. *Propaganda*, New York, Horace Liveright, 1928.
- Boniface P., Hassner P. Réflexions critiques sur la scène internationale. *Revue Internationale et Stratégique*, 2002, no. 46, pp. 11–20.
- Cahiers de Médiologie*, 2002, no. 13: "La scène terroriste" (eds C. Lavenir, F.-B. Huyghe).
- Canetti E. *Masse et puissance*, Paris, Gallimard, 1966.
- Charaudeau P. *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert, 2005.
- Chernus I. Karl Rove's Scheherazade Strategy. *TomDispatch.com*, July 7, 2006. Available at: <http://tomdispatch.com/post/99707/>.
- Chernus I. *Monsters to Destroy: The Neo-conservative War on Terror and Sin*, Boulder, CO, Paradigm Publishers, 2006.
- De Durand E. Des différents usages du terme guerre et de leur signification dans les représentations politiques américaines. *Transatlantica*, 2001, no. 1. Available at: <http://transatlantica.revues.org/466>.
- Engelhardt T. *The End of Victory Culture*, Boston, University of Massachusetts Press, 1998.
- Greimas A. J. *Sémantique structural*, Paris, Larousse, 1966.
- Juarrero A. *Dynamics in Action, Intentional Behavior as a Complex System*, Cambridge, MIT Press, 1999.
- Kagan R. Strategic Dissonance. *Survival*, Winter 2002–2003, pp. 138–139.
- Lits M. *Du 11 septembre à la riposte. Les débuts d'une nouvelle guerre médiatique*, Bruxelles, De Boeck, INA, 2004.
- Poletta F. *It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics*, Chicago, University of Chicago Press, 2006.
- Russell J. A., Casebeer W. D. Storytelling and Terrorism: Towards a Comprehensive Counter-Narrative Strategy. *Strategic Insights*, 2005, vol. 4, iss. 3, pp. 1–16.
- Salmon Ch. *Storytelling. La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*, Paris, Editions La Découverte, 2007.
- Sicherman H. Finding a Foreign Policy. *Orbis*, 2002, vol. 46, iss. 2, pp. 215–227.
- Suskind R. Without a Doubt, Faith, Certainty and the Presidency of George W. Bush. *The New York Times*, October 17, 2004.
- Tertrais B. *La guerre sans fin. L'Amérique dans l'engrenage*, Paris, Seuil, 2004.
- Turner M. *The Literary Mind*, New York, Oxford University Press, 1998.
- Vandehai J. Bush Calls Democracy Terror's Antidote. *The Washington Post*, March 9, 2005.
- Wong M. Ch.-P. *The Effects of Story Schemata on Narrative Recall*, Hong-Kong, Lang Book Chapters, 1995.

ЛОГОС

В ИНТЕРНЕТЕ

ИНТЕРНЕТ-	http://www.libroroom.ru/
МАГАЗИНЫ	http://www.labirint.ru/
	http://urait-book.ru/
	http://urss.ru/
	http://www.ozon.ru/

В ЭЛЕКТРОННОМ	http://www.litres.ru/
ВИДЕ	http://bookmate.ru/
	http://www.ozon.ru/



**ИНСТИТУТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ
ИМЕНИ ЕГОРА ТИМУРОВИЧА ГАЙДАРА —**

крупнейший российский научно-исследовательский
и учебно-методический центр.

Институт экономической политики был учрежден
Академией народного хозяйства в 1990 году.
С 1992 по 2009 год был известен как Институт
экономики переходного периода, бессменным
руководителем которого был Е. Т. Гайдар.

В 2010 году по инициативе коллектива
в соответствии с Указом Президента РФ
от 14 мая 2010 года № 601 институт вернулся
к исходному наименованию, и ему было присвоено
имя Е. Т. Гайдара.

Издательство Института Гайдара основано
в 2010 году. Задачей издательства является
публикация отечественных и зарубежных
исследований в области экономических,
социальных и гуманитарных наук, трудов
классиков и современников.