

Орлов Б.В.

Екатеринбург, Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

КОММУНИКАТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННОЙ ЭСТЕТИКИ

Статья посвящена рассмотрению важных особенностей коммуникативной реальности современной эстетики, существенно влияющих на изменение ее статуса и позиционирования в этой связи. Значимым итогом размышлений стал предлагаемый проект создания электронного словаря по философии художественности и современного искусства.

Ключевые слова: современная эстетика, коммуникативная реальность, словарь философии художественности и современного искусства.

The article considers the important features of the communicative reality of modern aesthetics that significantly affect the change in its status and position in this regard. A significant outcome of the proposed project was the thought of creating an electronic dictionary of contemporary philosophy of artistry.

Keywords: contemporary aesthetics, communicative reality, dictionary of philosophy of artistry and contemporary art.

В настоящее время эстетика, как и все другие интеллектуальные реалии современной культуры, не только нуждается в переосмыслении своего статуса и потенциала, но, и более того, не может развиваться далее, не считаясь с другими актуальными реалиями «повседневного» бытийствования в современности, не учитывая ее трендовых особенностей, то есть, не будучи ей синхронной, несколько иначе говоря, застаиваться и отставать от «времени человеческого бытия» в своей асинхронности ему, что с неизбежностью приводит, так сказать, к «смерти эстетики».

Как философская дисциплина с многовековой историей, эстетика, казалось бы, может по-прежнему спокойно отстаивать в стороне от современной культуры (от ее «джаз») и от «неудобной» повседневности, как это и было до того — оставаться традиционной и мало востребованной в этой связи и не быть актуальной, при этом продолжая свое существование в рамках ею же установленных привычных историко-эстетических границ, отстраняясь от вызовов современности, особенностей принципиально новой культуры и ее «неудобств», не слыша голоса и не понимая языка современного искусства, не видя «маргинального» Homo Aestheticus и т.д., то есть, не вкушая вкуса современности — весьма непривычного для нее Вкуса Нового.

Но, хотим мы этого или нет, веление времени таково, что эстетика должна не только считаться с новыми правилами игры, чтобы быть в игре и хотя бы сохраняться как значимый игрок институционально, сохраняя при этом присущую ей культурную ценность, дело в том, что она может набирать при этом новые жизненные силы и придавать новые смыслы здесь-и-сейчас происходящему, обогащая и направляя его философски - духовно, теоретически и методологически потенцируя его адекватный «эстезис-и-артезис», столь значимый для весьма перспективной будущности.

«Как Это Сделать?» — вот ведь основной вопрос современной эстетики.

Конечно, прежде всего, нужны и важны свежие содержательные концептуальные идеи, но в нашу информационную эпоху, пожалуй, основным «формальным» трендом становится коммуникационно-медийный: «Media are the Messages» & «Connecting the Aestheticians».

Речь идет не о том только, что можно и нужно противопоставить банальности повседневности и даже «трансфигурации банальности» (А. Данто), сколько о том, что можно и нужно предложить действительно креативного и значимого в этой связи — то есть, об изменении не только «горизонта понимания», но и о подвижке понимания самого этого «горизонта эстетики» (в проекции обозримого будущего, конечно же, без излишней неоправданной футуристичности, тем более, на основе шоков).

Если попытаться помыслить об этом медийно, то тогда, как можно и нельзя не обойтись без новых электронных технологий в коммуникативности современной эстетики? Вопрос кажется риторическим в эпоху АйПадов, АйФонов и СМСок, как и других гаджетов тоже, но получается так, что для эстетики этот вопрос отнюдь не риторический, если под эстетикой по-прежнему понимать в основном философскую эстетику. Каждый по-прежнему «думает свою думу» сам по себе и в основном, как бы позиционируя себя условным «Роденовским мыслителем».

Коммуникационный тренд современной эстетики предполагает своего рода «шизоэстетику» (Делез — Гваттари), когда в соответствии с одним из слоганов их манифеста «Ризомы» нужно быть подвижным, даже оставаясь на месте. Однако, мобильность реагирования — это еще далеко не все, так как можно быть мобильным и все равно оставаться на месте (вспомним про шокирующие нас мобильные разговоры — разговоры по «мобилам» — в поезде метро, в трамваях, например, или (почему-то, особенно) — в «маршрутках»). Разговоры, вроде бы, мобильны и актуальны, но, чаще всего предельно глупы, хотя медиа тут и не при чем — они в данном случае все-таки не порождают сообщения, а чаще всего просто транслируют их. И, конечно, дело не в «мобиле», а в том, в чьих она руках и каков потенциал «мобильника» (это я не о выборе его цвета).

Ближе сейчас к «мобильным разговорам» в эстетике. Нужно обратить внимание, прежде всего, на самую первооснову современной коммуникации, то есть, на самую «ризому» («корневище»). Если «ризомы» не только образ переплетенности всего и вся в современной культуре, а принцип медийной ментальности (которая уже не парадигмальна, как прежде, традиционно, но синтагмальна), репрезентативно представленный виртуальной реальностью Интернета прежде всего, то как это относимо к медийно, по преимуществу, интересующей нас (и не только профессионально, но и гуманитарно и гуманитаристски, если хотите) — эстетике и к тому, что с ней связано в других контекстах?

Необходимо медийно ризоматизировать современную эстетику, чтобы быть максимально ближе к ризоме современного

бытия, более того, нужно переплестись с повседневностью, например, с весьма условной «массовой культурой», не принимая той «элитарной позы мыслителя», о которой речь шла чуть выше. Новая речь в данном случае может идти о «коммуникационной маргинальной эстетике», когда главной оказывается «коммуникация без границ». Это означает и трансмаргинальность, и транскомуникативность, и трансэстетичность и транскультуральность тоже. В предельном отношении, конечно же, имеется в виду феномен «трансгрессивности», который, если не только по-постструктуралистски, предполагает экзистенциальный, причем, именно современно-экзистенциальный аспект человеческого бытия с явным трендом в будущее — «через границы», преодолевая их и, что более важно, трансформируя бытие, так как на смену информационной эпохе и информации, как средству только, приходит и уже почти пришла «трансформационная эра». Так что задача состоит даже не в том, чтобы быть только в тренде, сверхзадача — в том, чтобы заняться, как говорил Сократ о философии, «родовспоможением» — опять и снова. «Повивальная бабка в Интернете» — это круто!

Итак, ризоматичность, маргинальность, транскультуральность обеспечивают коммуникационный тренд современной эстетики (и не только). Что еще, если иметь в виду особенности?

Опыт знакомства с современной эстетикой, как она представлена локально-институционально, да и глобально, показывает (это, кроме прочего, конгрессы и международные конференции, журналы, международные и национальные сообщества и др.), в том числе и лингвистически, что есть огромный дефицит и даже провал понимания, коммуникации — в пределе — отсутствие инварианта языка «эсперанто» в общении друг с другом. Каждый говорит на «своем собственном языке», как буквально, так и метафорически: по-прежнему значимы свои собственные, хорошо выверенные парадигмы понимания и языка, привязанные локально (английский язык, конечно же, универсален и удобен, но только функционально). Поэтому, по-прежнему, русский понимает лучше своего же русского, китаец — китайца, американец — американца, ну, и т.д. Это, конечно же, не о

лингвистике речение, а и о философии в первую очередь, не говоря уж об эстетике, понимаемой в ее экстенсивном варианте «телософии» (наиболее популярной сейчас в мире «сомаэстетики»). «Строительство Вавилонской башни» ведь так и не завершено. «Господь, прости нас грешных и забудь про содеянное нами ранее...».

Впрочем, есть надежда на еще не содеянное, но неизбежно творчески прорастающее и вызревающее в современности — в новых технологиях и в новой ментальности, интенцированных в сторону Коммуникационно-Медийно-Виртуально-Трансформационной Будущности.

В качестве конкретики предлагается проект такой «коммуникационно-маргинальной эстетики», которая, видимо, наиболее адекватно и сможет быть в тренде современности. *Проект концепции мультимедийного словаря по эстетике: «Международный электронный глоссарий философии художественности и современного искусства»*

1. Словарь имеет концептивистский характер — он основывается на базисных, ключевых концептах как актуальных «старых», так и принципиально новых, через которые сейчас только и может быть «схвачена» аутентичная специфика современной художественности.

2. По своему жанру и стилю философствования словарь, прежде всего, — глоссарий, то есть, набор основных терминов с минималистской, лаконичной разверсткой (в пределах одной емкой фразы, максимум двух-трех: см., например, «Словарь терминов московской концептуальной школы» или см. далее в прилагаемой «Инструкции для авторов словаря»). Словарь является персонифицированным — авторским — и предполагает собственное «высказывание» как собственное «решение» проблемы специфики современной художественности.

3. Структурно весь словарь предлагается строить не по алфавиту или тематически (исключая отдельные разделы и общий финальный список авторов и терминов), а по «отраслевому» принципу, то есть, по преимущественному позиционированию автора как профессионала в той или иной институции, связанной с художественным миром или в качестве агента этого мира. Исходная структура, точнее, кон-

текст позиционирования и представления своих концептов может быть таким: эстетика и философия искусства; философия культуры и культурология; искусствознание и другие науки об искусстве (и не об искусстве тоже); критика; арт-менеджмент и выставочный «экспозиционизм»; художники (как профессионалы, так и «воскресные художники» — непрофессионалы; реципиенты; «случайные прохожие» (структура словаря — открытая).

4. Конвенции предполагаются разные. Особенно важна, прежде всего, «внутренняя конвенция» — с самим собой как автором и своим-другим (*alter ego*) для большей точности при продуцировании (порождении, творении) смыслов на фоне значений «своих» терминов, да и собственно новых концептов тоже. Есть конвенциональность и внешняя — как в пределах ближайшего сообщества авторов по разделу (разделам): обсуждение с единомышленниками — по выбору — и возможные коррективы в этой связи, так и в контексте словаря в целом при участии экспертного совета (авторитетной редколлегии). И очень важна будет, так сказать, «гиперконвенция». Было бы правильно открыть сайт в Интернете под реализацию проекта словаря и организовать форум с той или иной степенью доступа и полномочий, включая и другие сервисы тоже. Помимо корректировки «статей» с помощью такого инструментария, это приведет к созданию перманентного словаря и так позволит максимально синхронизировать словарь и современное искусство. Выход словаря в Интернет также позволит решить технически проблему мультимедийности и по существу превратит его в электронный ресурс (в том числе и коммуникативно-образовательный). В этой связи особое значение приобретает реальная возможность давать ссылки на электронные источники самой различной информации и презентации «чистых случаев» художественности в версии автора, наглядно, непосредственно и коммуникативно, через само искусство, представляющих тот или иной концепт.

5. Авторы словаря, входящие в команду, «набираются», прежде всего, за счет ресурсов российского и международного эстетического сообщества, а также всех заинтересованных в реализации данного проекта — по всем разделам.

Поскольку проект носит открытый коммуникативный характер *non finito* и потенциально автором может стать любой желающий, то к реально осуществляющейся уже сейчас версии проекта может присоединиться каждый, кто находится или хочет находиться в этой конкретной коммуникативной реальности современной эстетики.

Полезные ссылки: «Обращение», «Обоснование концепции», «Инструкция», «Лист персональных данных», «Слоганы и образ проекта» — по персональному запросу на адрес: bvo51@rambler.ru или BorisOrlov51@gmail.com

Першина Т.А.
*Екатеринбург,
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина*

РАЗМЫВАНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ЦЕННОСТЕЙ КАК СЛЕДСТВИЕ ВИЗУАЛЬНОЙ ИЗБЫТОЧНОСТИ

Статья посвящена одной из глобальных проблем современной культуры — нравственности. Автор акцентирует внимание на социальных условиях возникновения переоснащения видения, приводящего к беспорядочности и хаосу в визуальной среде, вследствие чего возникает считывание ложных ценностных ориентиров.

Ключевые слова: нравственность, визуальная избыточность, нравственные ценности, визуальная коммуникация, эстетический шок, китч, массовая культура.

The article is dedicated to one of global problems of modern culture — morality. The author focuses on the social conditions of emergence of revision, leading to messiness and chaos in the visual environment, causing a false reading of values.