

УДК 316.7

*Л. І. Лисенко**Полтавський національний педагогічний університет  
імені В. Г. Короленка (Україна)*

## ВІЗУАЛЬНІ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАОБРАЗУ СУЧАСНОЇ ВІЙНИ: ДІАЛЕКТИКА ПУБЛІЧНОГО І ПРИВАТНОГО

*У статті проаналізовані особливості конструювання візуального медіаобразу війни, який концентрується на перетині концептів «публічне» і «приватне». Систематизація інструментів такої тенденції дозволяє визначити технології маніпулятивного медіавпливу.*

*Visual research of media image of modern war: dialectics of privacy and publicity*

*The article deals with analysis of features of the visual creation of media image of «war». This media image is focused on the intersection of the concepts «public» and «private». Systematization of tools of such trends determines manipulative technologies of media effects.*

Візуальність як невід'ємна частина сучасних соціальних практик активно проникає в усі сфери життєдіяльності людей. Трансформації комунікаційних технологій безпосередньо впливають на зміни мислительних і пізнавальних процесів і здібностей актантів соціальної дійсності, які у свою чергу вибудовують нові платформи для повсякденних досвідів, знань, поведінкових механізмів. Переформатування функцій і статусу візуальної інформації зумовили зміщення акцентів наукових гуманітарних розвідок, які окреслили так званий «візуальний поворот» у філософських, соціологічних, культурологічних та комунікаційних дослідженнях (роботи Вальтера Беньяміна, Жана Бодрійяра, Славоя Жижека, Сьюзен Зонтаг, Маршалла Мак-Люена, Моріса Мерло-Понті, Поля Вірільо, Фрідріха Кіттлера, Джеймса Елкінса, Ролана Барта та інших), які зорієнтовані на осмислення різних аспектів візуальності як визначального складника сучасних соціальних, культурних досвідів.

Транслятором інтенцій сучасності, формул минулого і моделей майбутнього є мас-медіа, які конструюють нову соціальність з новими формами ідентичності і репрезентації її суб'єктів. Витіснення текстового контенту ілюстративним перебуває у прямій залежності від розвитку технологій: обсяг і швидкість поширення інформації, мобільність доступу до неї, портативність і персоналізованість телекомунікаційних пристроїв. Ці тенденції визначають нові вимоги до лапідарності, релевантності, доступності, структурованості, сенсильності змісту мас-медій. Візуальна інформація, маючи означені властивості, стає

основою глобальної комунікаційної взаємодії, відповідно змінює модуси сприйняття реальності, ідентифікації себе в публічному і приватному середовищі.

Переформатування події в зображення дає змогу активніше тиражувати медіаобрази, автоматизуючи їхнє циркулювання в медіапросторі, а на думку, Георгія Почепцова, «майже все, що сьогодні робиться, буде рано чи пізно перекодовано у візуальні комунікації» [7, с. 91]. Таким чином, реципієнт має справу вже зі зміненою об'єктивною дійсністю, оскільки візуально-емоційний аспект медіаобразу передбачає модифікацію його фактологічних субстанцій. Візуальний простір, «контрольований» медіареальністю, генерує систему соціокультурних образів-кодів, які мають велике значення для формування ідентичності сучасної людини: «Ми вимірюємо достовірність наших дій через відповідність саме візуальній естетиці» [7, с. 87].

Розфокусування ціннісної системи сприйняття реальності інтенсивно впливає на конструювання стереотипів онтологічних платформ людини – життя і смерті, які в сучасному медійному просторі часто репрезентовані і локалізовані в образі війни. Транслявання цього медіатопіку по різних каналах ЗМІ супроводжується обов'язковим наочним кодуванням події. Жан Бодрійяр у наслідку констатує віртуалізацію такої події: «Подія, породжена засобами інформації, більше не має ніякого історичного значення. Вона більше не має форми політичного пояснення. Єдине пояснення, яке ще збереглося, – це візуальне пояснення засобами інформації» [3]. Візуалізація війни як й інших подібних медійних феноменів може маскувати справжні сенси, які потребують спеціального аналізу репрезентації і соціокультурних механізмів формування знакової реальності. Вхідження війни через екрани (телевізор, кіноекран, комп'ютер, смартфон, сітілайт тощо) конструює нову повсякденність. Як її суб'єкт сучасна людина потребує системи правил поведінки в нових реальних / віртуальних військових умовах, які допоможуть адаптуватися і убезпечити себе від ймовірних медіазагроз. Пропонована наукова розвідка має за мету прослідкувати й визначити основні шляхи декодування візуального образу війни в сучасному медійному просторі з урахуванням технологій його репрезентативності в публічній та приватній сферах.

Конструктивна сила публічного середовища, у якому індивід набуває соціальної статусності, визначає свою рольову домінанту, удосконалює особистісні детермінанти, набуває права ідентифікації своєї присутності в ритуалі громадського життя, розглядалася в концепціях Уолтера Ліппмана, Ролана Барта, Ганни Арент, Юргена Габерманса, Джона Кіна та інших філософів, соціологів. У свою чергу приватність визначається емоційно-інстинктивним буттям людини, онтологією її самості, замкненістю особистісного простору. У період кризо-

вих соціальних, політичних ситуацій обидва середовища функціонують у дисбалансі, який посилюється технологіями впливу для корелювання потреб, мотивів, інтересів, свобод. Сучасний технологізований світ продукує безмежні можливості контролю такої дисгармонії.

Образ війни завжди перебував у полі зору різних культур. Страх перед війною як реальністю породжував різного роду симулякри, які формували рівні контролю над соціальними поведінками, досвідами, знаннями. Сучасна війна перелицьовується в різні форми, гібридизується, однак зберігає своє символічне поле, яке в різних контекстах набуває різних відтінків значень: від гіперболізованих до латентних і невидимих – вони й породжують можливості маніпуляцій, зокрема медійних. Війна як дискурс опроявлює свій потенціал на рівні публічному і приватному, намагається використовувати весь спектр людських почуттів, які є сферою особистісною, а екранні технології мають механізми витіснення їх у публічний простір.

Така форма репрезентації війни відповідає теорії «суспільства спектаклю» Гі Дебора, у якому глядач як пасивний суб'єкт надає перевагу відстороненому спостереженню і уявленню перед безпосереднім переживанням і буттям-в-бутті: «Відчуження глядача на користь споглядального об'єкта (який є результатом його власної підсвідомої діяльності) виражається наступним способом: чим більше він споглядає, тим менше він живе, чим більше він погоджується визнавати себе в панівних образах потреб, тим менше він розуміє власне існування і власне бажання» [5, с. 30]. У такому «спектаклі» персонажі війни (військові, цивільне населення, політики тощо) як візуалізовані образи уже позбавлені права на себе, бо належать уяві, рефлексіям глядача-спостерігача. Віртуалізований спосіб комунікації вибудовує іншу стратегію «приватності» у час війни – безпечний «публічний простір», який формується вибірковістю, фрагментацією, клішованістю фотозображень, відеорядів. Повторюваність однотипних образів стимулюють до поверхневої інтерпретації кризових подій і неадекватну рефлексивну реакцію – «втому від співчуття», яка зумовлена надмірністю, гіпертрофованою натуралістичністю наслідків воєнних дій.

Надлишок емоційно насиченої образності війни в медійному просторі виявляє проблему етики візуалізації в ЗМІ насильницьких та жорстоких сцен. Загальні правила висвітлення подібних епізодів вироблені глобальними ЗМІ, які акцентують на толерантному ставленні до ймовірних реакцій публіки: «Нам слід бути чуйними у ставленні до емоцій та побоювань нашої аудиторії, повідомляючи про справи, пов'язані з ризиком і втратами, а також з людським стражданням і горем. У деяких людей є рідні або друзі, які беруть безпосередню участь у подіях. Нам слід подавати болючі сюжети надзвичайно обережно» [8, с. 106]. Війна трансформує традиційне розуміння смерті як приватної спра-

ви. Тим більше її неприродність і регулярність конструюють образ абстрактного, публічного, у якому визначальним розумінням є символічне – героїзація, доленосність, жертвовність, есхатологічність.

Тиражування образу війни сучасним телебаченням міцно укорінило в масовій свідомості візуальні детермінанти і константні реакції-відповіді на них. Інтенсивність впливу психотехнологій аудіовізуальних ЗМІ на реципієнтів визначається з одного боку ступенем проникнення в публічну сферу у форматі міжособистісної комунікації і колективної рефлексії з приводу кризових медіа-топіків, з другого – мірою витіснення соціально-побутової складової із повсякденного життя індивідів віртуальною реальністю з ілюзорною фактичністю, співпричетністю (ефект CNN). Відповідно, симулякри «Я» та «Інші» співіснують у псевдооб'єктивному світі, візуалізованому фрагментами телевізійного відеоряду, який конструює наратив – модель світу (мікро- чи макро-), що активізує спочатку простір когнітивний, а вже потім – фізичний. Історії є універсальним методом трансформації інформаційного поля в необхідне русло для ідеологічних програм. Сприйняття наративів, які лежать в основі будь-яких історій, особливо тих, що тиражуються медіа, викликають сильні психоемоційні реакції – «на рівні мозку не можливо зрозуміти, чи людина діє сама, чи дивиться, чи читає про це», а «деякі з них діють як наркотики» [7, с. 148]. За результатами досліджень у галузі нейронауки, «кіномани і наркомани мають одні й ті самі механізми реагування, які підштовхують їх на повторення цієї поведінки» [7, с. 150].

Історія війни як політичне протистояння виформовується мозаїкою особистих історій героїв (та їхнього оточення) і не-героїв (та їхнього оточення). Такі оповідальні конструкції, зокрема в соціальній рекламі або документальному кіно, як правило, зорієнтованих на залучення громадськості до активної допомоги армії (фінансової, добровольчої, волонтерської тощо), стають інструментами керування реакції реципієнтів на візуальну інформацію. Інструменталізація приватного в подібному медійному наративі відбувається через корелювання концептів «захист» і «своє / твоє» (рідні, близькі, дім, робота, майно тощо). Поведінкові реакції є результатом управління рівнем безпеки, інстинктивною відповіддю на (покищо) віртуальне порушення рівня впорядкованості життєвої, соціально-побутової системи. У силовому полі візуалізованого наративу Георгій Почепцов констатує визначальну потужність когнітивної енергії ідеї, «яка може бути оформлена в системну ідеологію або бути просто розповіддю, яка навіть несистемно, але чітко називає власного ворога. Назвемо це фіксацією побутового рівня онтології, де друзі і вороги задані, причому з точки зору простої людини» [7, с. 147]. Особистісна історія змікшована із значущістю індикаторів спільної відповідальності (концепти «держава», «країна», «наше», «спіль-

не») стає регулятором потоку цінностей, норм, раціональності у прийнятті рішень.

Подібна технологія акцентує ерозію приватного життя, віртуальний ефект присутності формує «антологію публічного спостереження», бо зрежисовані візуальні образи війни «стають не тільки пам'яттю, нагадуванням про історичні події, але також їхніми безпосередніми учасниками, з якими глядач може пов'язати своє я» [4, с. 50]. Ці образи є темпорально і просторово завершеними образами долі, а пробуджене ними прагнення вплинути на майбутнє «невблаганно послаблювалося кожною видимою режисурою, кожним естетизуючим дискурсом» [4, с. 50]. Емоційно-сугестивна природа аудіовізуального рекламного і кінодокументального конструкту війни провокує реципієнта удосконалювати свою роль глядача фрагментованого, мозаїчного і тривожного спектаклю. Відомий вислів «першою жертвою війни стає правда» (Редьярд Кіплінг) підсилює псевдопринцип реальності екранного медіапродукту про війну, у якому ступінь об'єктивності вимірюється функціональними можливостями камери, програм монтажу, творчою концепцією автора. Війна стає кіноактом «чужого». Залишаючи межі публічного простору, вона виформовується у фатичний образ, який «скеровує погляд і привертає увагу, це не тільки продукт фокусування у фотографії і кіно, але і результат форсованого, інтенсивного і вузькоспрямованого освітлення, яким висвітлюються лише конкретні зони, а оточення частіше занурене в туман» [4, с. 32]

Статичність фотографії про війну не применшує її образно-емоційної насиченості, видовищності. Фотографія допомагає перевірити на автентичність схоплену об'єктивом подію, репрезентувати її в часі й просторі. Однак, на думку Жана Бодрійяра, «саме вона позбавляє об'єкт руху, звуку, запаху, смислу, саме вона відбирає у нього все ... «реальне», «реальність» існують за певних умов, і фотографія – це саме те, чим дані умови усуваються... У мене є підозри, що наш тривимірний світ не настільки реальний, як ми вважаємо, і що він зовсім не потребує реального для свого існування. Образ – ніщо інше, як відступ від принципу реальності, і оскільки він виявляється можливим, нам слід визнати: позиції принципу реальності менше стійкі, ніж видається на перший погляд...» [2, с. 169–170, 172]. Усіма своїми енергіями фотографія формує нову символічну систему координат, основними вісями якої є емоції, переживання, рефлексії, що перебувають у площині індивідуального (приватного) досвіду. З часом багато їх стають і компонентами колективної (публічної) системи цінностей, спільних соціальних смислів.

Емпатична модель фотообразу формується завдяки присутності своєрідної нарративної (смыслотвірної) композиції знімка. Оповідальність без вербалізованої форми їй задають марковані візуальні компоненти (елементи військово-

го побуту, форма військових, наслідки руйнувань, спустошені місцевості тощо), які суб'єктивують ролі, позиції героїв кадру, а головне – символізують його. Сукупно вони постають як своєрідні контури фабули, закладені фотографом у внутрішню структуру знімка. Статичність кадру перекладає функції наратора на реципієнта, оповідь-для-себе якого розгортається між закодованими смислами і доступною для органів чуття символікою, а разом вони апелюють до емоційного і раціонального в людині, роблячи її реципієнтом-наратором-інтерпретатором. У такому разі внутрішній монолог набуває форми рефлексій, переживань (емоцій страху, радості, тривоги), розмислово-оцінних суджень тощо. Персонажі на фотокартках структурують колективний образ з різних боків протистояння, вибудовуючи спільну історію для всіх. Так відбувається до моменту обговорення між людьми візуального образу, адже «обговорюючи побачене, вони змінюють значення, які вони приписали» [6, с. 357].

Прослідковування тенденції розміщення фотоматеріалів у соціальних мережах дозволяє вирізнити у візуальному конструкті «війна» динаміку взаємозв'язку приватних і публічних доміант, а саме: «діалог» концептів «буденне» / «виняткове», «типове» / «нетипове». Емоційний еkleктизм, який супроводжує подібні кризові суспільні процеси, яскраво відображається у сприйняттевому акті візуально-інформаційного поля. У такому аспекті рецепція фотографії про війну з відповідними сенситивно-образними індикаторами (військові / цивільні, зброя / руйнування, смерть / життя тощо) перебуває під загрозою нівеляції сили енергетичного вузла образу, так званого *punctum*'а (Ролан Барт) – чуттєвої точки, випадку, який блискавично проникає у свідомість глядача, залишаючи глибокі враження. Цією властивістю володіють «мовчазні» фотографії, «і питання тут не в стриманості, а в музичності» [1, с. 23]. Ролан Барт стверджує: «Фото зачіпає мене, якщо я ізольую його від звичайної балаканини – “Техніки”, “Реальності”, “Репортажу”, “Мистецтва” тощо. Нічого не говорити, закрити очі, дати деталі в повній самотності дійти до афективного пласту свідомості» [1, с. 23].

Сам філософ на основі цієї концепції визначив для себе «тотальну» фотографію – зображення його матері. Ймовірно, що в ситуації війни, коли в суспільстві є розподіл ролей між очевидцями, учасниками (військовими (і близьким оточенням), потерпілими (і близьким оточенням) тощо) і пасивними актантами кризової ситуації, ідентифікація подібного роду знімків у перенасиченому потоці візуальної інформації визначається мірою суб'єктної причетності, безпосереднього входженням війни у приватний простір. У решти алгоритмізується рецептивна система *studium* (Ролан Барт), породжена нею емоція проходить через раціональне реле моральності та політичної культури: «<...> *studium* пред-

ставляє собою достатньо широке поле апатичного бажання, різноманітних інтересів, непослідовного смаку: *я люблю/я не люблю*» [1, с. 10–11].

Соціокомунікаційні зміни, які супроводжують розвиток сучасного глобального суспільства, зумовлюють пріоритетність візуального тексту над вербальним. Репрезентативними у цій концепції є різні кризові ситуації, що формують інформаційні потоки. Спровоковані ними реакції користувачів медіа визначають динаміку взаємодії публічної і приватної сфер як координат їхньої суб'єктної ідентичності. Загальні тенденції у глобальному інформаційному просторі свідчать про ритуалізацію війни як медіаконцепту. Її візуальний супровід часто означається клішованістю, еkleктикою офіційних та неофіційних (журналістських, користувацьких) повідомлень, у яких відображаються різні рівні емоційного та рефлексивного проникнення реципієнтів. Динаміка входження образу війни у віртуальний простір означає особливості діалогу публічного і приватного: емоційна мозаїчність особистісного візуального контенту стимулює її активне «споживання» користувачами медіа, які часто обирають ролі глядачів «спектаклю», видовища поза глибокими рефлексіями. У цих реакціях проявляється прагнення утримати безпечну стійкість повсякдення, до якої часто апелюють маніпулятивні медіатехнології.

### Список основних джерел

1. Барт, Р. *Camera lucida. Коментарий к фотографии* / Р. Барт ; пер. с фр., послесл. и коммент. М. Рыклина. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2011. – 272 с.
2. Бодрийяр, Ж. *Пароли. От фрагмента к фрагменту* / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. Н. Сулова. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 200 с.
3. Бодрийяр, Ж. *В Тени Тысячелетия, или Приостановка Года 2000* / Ж. Бодрийяр // *Постмодерн. Сайт о культуре и философии постмодерна*. – Режим доступа: <http://postmodern.in.ua/?p=997>. – Дата доступа: 05.04.2015.
4. Вирильо, П. *Машина зрения* / П. Вирильо ; пер. с фр. А. В. Шестакова ; под ред. В. Ю. Быстрова. – СПб. : Наука, 2004. – 140 с.
5. Дебор, Г. *Общество спектакля* / Г. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович ; ред. Б. Скуратов ; послесл. А. Кефал. – М. : Логос, 2000. – 184 с.
6. Почепцов, Г. *Від Facebook'у і гламуру до Wikileaks: медіакомунікації* / Г. Почепцов. – Київ : Спадщина, 2012. – 464 с.
7. Почепцов, Г. *Мерлін, Супермен і Гаррі Поттер: конструювання нематеріального в масовій культурі* / Г. Почепцов. – Київ : Спадщина, 2013. – 288 с.
8. *Редакційні настанови Бі-Бі-Сі. Для авторів випусків новин та інформаційних програм*. – Режим доступу: [http://journalib.univ.kiev.ua/BBC\\_Guidelines\\_Ukr.pdf](http://journalib.univ.kiev.ua/BBC_Guidelines_Ukr.pdf). – Дата доступу: 09.03.2015.