

Примечания

1. Патент US № 2,693,370 от 2 ноября 1954 года. — Режим доступа: <http://www.google.com/patents/US2693370?printsec=abstract&hl=ru#v=onepage&q&f=false>
2. Мемомангнетика. — Режим доступа: <http://dmitnic.narod.ru/memagnetica.html>
3. Подробнее о Лизе Гринфарб. — Режим доступа: http://www.reviewjournal.com/lvrj_home/1997/Jul-08-Tue-1997/lifestyles/5604545.html
4. Magnitiki-ru. — Режим доступа: <http://magnitiki-ru.livejournal.com/>

Т. Ю. Быстрова, А. К. Хисматулин

СТРАШНОВАТЫЙ ДАР. АНАЛИЗ СУВЕНИРА С ВЕНЕЦИАНСКИМИ МАСКАМИ

Сувенир — особый культурный феномен, основной смысл которого заключается в сохранении памяти владельца о том или ином событии. Сувенир маркирует это событие в общей жизненной канве, становясь знаком пережитого [2]. Вместе с тем, он часто используется в роли подарка, чья основная функция, согласно М. Моссу, состоит в подтверждении социального контакта, желании установить обратную связь с адресатом.

Обе ипостаси превращают сувенир в сгусток культурных и личностных смыслов, не сводимый только к внешней форме. Здесь играют роль ассоциативность, образность, особенности восприятия и т.п.

Идея данной статьи возникла из желания показать, как разница эстетического и культурно-символического прочтения сувенира может привести к изменению его статуса в глазах владельца (закономерно и обратное: совпадение этих аспектов превратит вещь в еще более значимую; это могут учитывать как изготовители, так и дарители сувенира).

Понятийный аппарат определен нами в ходе исследования вещи как продукта дизайна [1]. Напомним его.

Под предметом, согласно М. Эпштейну и М. Хайдеггеру, мы понимаем объект, требующий освоения со стороны человека, до какой-то степени чужеродный ему и вызывающий к его активности. Под вещью в рамках данного текста понимается освоенный, духовно-близкий предмет, обретший «лирический голос» в результате взаимодействия с пользователем.

Интересующие нас трансформации статуса таковы. Во-первых, дизайнер, в том числе и в случае с сувенирной продукцией, проектирует предметы, способные быть духовно, психиче-

ски, физически освоенными – т.е. способные стать вещами. Во-вторых, сувенир, которым может оказаться не только специально изготовленный предмет, но камень, лист, ракушка, ценен для владельца не своими статусными и ценовыми характеристиками, а связью с событием. Иначе говоря, специально изготавливаемый сувенир – это предмет с повышенным содержанием «вещной» составляющей, предмет, легко наделяемый значениями, вызывающий эмоции и образы.

Сувенир, о котором пойдет речь в статье, несколько лет назад подарен одному из авторов работы как корпоративный подарок, в подтверждение расположения обеих сторон и стремления к дальнейшему сотрудничеству. Компания, занимающаяся продвижением продуктов итальянского дизайна, подарила артефакт из Венеции, что выглядело совершенно естественным для дарителей. Тем более что эстетическое решение объекта не вызывало отрицательных эмоций. Квадратная деревянная рамка размером около 10 см, заключает в себе подложку из матовой черной ткани, на которой расположены две маски, выполненные из матового же серебристого металла с эмалью и несколькими стразами и как бы напоминающие о венецианском карнавале. (Однако в данном случае событием был не он, а акт дарения, подтверждающий позитивное отношение сторон друг к другу).



На первый взгляд, характеристики предмета дарения почти идеальны. Черные прорези надолго притягивают взгляд и вызывают интерес, ведь человек легко антропоморфизирует все, что наделено «глазами». Бесстрастные лица не утомляют, их пропорции приятны и не вызывают лишних (к примеру, этнокультурных) ассоциаций. Неяркий, но четкий красно-зеленый ритм воротника, выглядящего общим для персонажей, в особенности благодаря одному «сердцу» на двоих, создает красивое ненавязчивое обрамление. А стразы задают сценарий визуального восприятия — лоб одной маски, «слезинка» другой, дробность блесков в нижней части композиции. Изделие не выглядит слишком дорогим, но быстро становится ценным для воспринимающего, поскольку надолго приковывает внимание, но не рождает усталости. Блеск и матовость, взгляд «внутрь» и скольжение по поверхности стразов (тоже слезы? просто де-

кор?) дают хорошую «зарядку» для глаз, несмотря на неяркие тона. Тщательность исполнения деталей выгодно отличает продукт от его собратьев. Наличие аккуратной рамки усиливает впечатление художественной ценности.

Рассматривание масок и их деталей порождает ощущение «тайны». Эти скрытые смысл волнуют, будят желание понять скрытые значения. Узоры на лицах, вероятнее всего, не просто узоры, а очертания масок — т.е. маска получается двойной, на бесплотное «лицо» ложится еще один, едва уловимый слой. Простые круглые шапочки в совокупности с воротниками наводят на ассоциации с цирком, но цветовая гамма картинки в целом не так мажорна, чтобы однозначно утвердиться в теме цирка, гистрионов, трубадуров, театра и т.п. Отсутствие дополнительных символов затрудняет расшифровку.

Связка со средневековьем не приводит к каким-то однозначным выводам. Законы карнавальской культуры, столь значимой для Средних веков, сегодня переключались в шоу-бизнес. «Опрокидывание» традиционной системы ценностей, переориентация ценностных оппозиций (земное-небесное, мирское-сакральное, телесное-духовное) происходит в массовой культуре. Думается, что сам венецианский карнавал, порождением которого являются маски, тоже подвергается этой трансформации. Значение карнавала как праздника девальвируется, на первый план выходит его экзотичность. Туристическая привлекательность превращает символы в симулякры. Это создает предпосылки как для забвения начальных смыслов, так и для порождения новых, в чем-то еще не осознанных. Эта тема уже «слишком» философична для небольшого предмета, преподносимого в качестве подарка.

Более длительное рассматривание лиц на темном фоне приводит к постепенному возникновению чувства опасности. Черные «глаза» не только притягивают, но и страшат. Лица, лишённые выражения, отпугивают своей бесполостью и механистичностью. Глухая черная бархатистая ткань, несмотря на малый размер, выглядит мрачноватой и «душной».

Параллельно возникают вопросы о том, кто перед нами, ведь на стандартные маски венецианского карнавала лица не вполне похожи ни чертами, ни выражением — в тех больше отрешенности и барочной вычурности. Поза наших персонажей позволяет говорить об общности чувства: они двое, и это выглядит вполне естественным, тогда как классическая венецианская маска, как правило, самодостаточна и одна. Неточности интерпретации представителем российской культуры возможны и позволительны, у нас, скорее, есть знание о наличии масок, чем навык их быстрой атрибуции. Возможно, это Пьеро и Коломбина, но авторы не берутся мгновенно, без подсказок Интернета, судить об этом. А сфера смыслов допускает высокий уровень субъективности в расшифровке образов. Вместе с тем, они не произвольны, не фантазийны, ведь любая вещь в культуре аккумулирует информацию о предшествующих вещах, их создателях, формах и технологиях.

«Во лбу звезда» — у одного, «на щеке слеза» — у другого. Сказка А. С. Пушкина и «Стансы к Августе» бывавшего в Венеции И. Бродского, но как-то безотсылочно, в рамках одних цитат. Содержания не случается. Идем дальше. Черные глазницы — это уже Р. Р. Толкиен и мир современных фэнтези. Существа с такими глазницами — носители зла или темных сил. Носители смерти в пространстве мифа, жестко разделенном на части. Маски находятся по ту сторону жизни, далеко от нас? Но глаз не дремлет и тут же выводит зрителя из трагедии, ведь чернота не принадлежит самим персонажам, она — часть фона, просвечивающего сквозь них. Быть может, нужно идти не от аллюзий, а от композиции? Тогда это похоже на античные маски Комедии и Трагедии, только лишенные соответствующего выражения лица. Тогда ясны (или кажутся прояснившимися) истоки театральности, искусственности, неподлинности, сопровождающих размышление.

Трагедия и Комедия, одевшие, в свою очередь, маски, делающие их схожими? Навряд ли, поскольку одинаковы рты, не искаженные ни гримасой, ни улыбкой.

Может быть, поддаться ритму цветных полос и блеску трех разбросанных по ним стекляшек? Ведь глухая черная ткань, помимо прочего, является почти идеальным фоном, не дающим рассматривать себя, но приводящим к центру композиции. В этом случае рано или поздно мы приходим к теме единого сердца. И тогда, оставаясь в античной системе координат, вспоминаем платоновский миф об андрогинах.

Как известно, согласно мифу, и не только платоновскому, первый человек был создан андрогином, а позже боги, наказывая людей за грехи, разрезали их на части. «Итак, каждый из нас половинка человека, рассеченного на две камбалоподобные части, и поэтому каждый ищет всегда соответствующую ему половину», — устами Аристофана говорит Платон в «Пире», создавая один из самых прекрасных образов любви как поиска своей половинки. Рассеченные части души стремятся друг к другу, обретшие друг друга будут счастливы: «...любовью называется жажда целостности и стремление к ней» [4].

* * *

Если фиксировать процедуру анализа, названного в аннотации к статье философско-культурологическим, то в ней необходимо прояснить следующие моменты.

Идеальная теоретическая модель человека, контактирующего с предметным окружением, предполагает в нем:

- 1) единство духовной, душевной и телесной сторон в ходе восприятия и оценки предмета;
- 2) стремление к целостности информации о форме, ее относительной «прозрачности» (5);
- 3) любознательности, логически следующей из этого стремления к определенности;

- 4) возможного утомления психики в результате слишком интенсивной работы органов чувств – что оборачивается либо утратой интереса к объекту, либо его негативной оценкой.

Отсюда расшифровка семантики и символики предмета материальной культуры, в том числе продукта дизайна, с необходимостью включает в себя формирующееся в ходе первого визуального или тактильного контакта впечатление о совпадении или несовпадении его физических характеристик с психофизиологическим устройством человека, его возможностями по освоению линий, форм, цветов и т.д. В создании первого впечатления играют роль размер и эргономичность формы — так, предмет, который легко взять или держать рукой, часто вызывает положительные эмоции. Важны материалы, точнее, чувства и ассоциации, появлению которых они способствуют. Большую роль играют целостность или, напротив, незавершенность формы — последняя может способствовать интеракции, мысленному достраиванию с опорой на данные предшествующего опыта.

Чем менее прагматично отношение к предмету, тем большую роль играют моменты психологической совместимости. Без учета этих и многих других составляющих восприятия формы не произойдет освоения предмета даже в том случае, если культурные значения цветов, образов, символов известны.

Особо нужно подчеркнуть, что эти составляющие воздействуют на психику не последовательно, а вместе. Значит, реакция на них зависит от совокупной информации, поставляемой разными органами чувств и – почти параллельно – осмысливаемой реципиентом. Например, густой зеленый и красный цвета в отдельности могли бы трактоваться как символы роста и любви, т.е. носители витальных значений. В совокупности с черным фоном, глазами-«дырами» и отсутствующим выражением лиц они не проявляют этих своих значений, превращаясь в декоративный элемент обрамления персонажей. То же и с визуальной игрой, в которую вовлекают воспринимающего чередующиеся черные и блестящие поверхности. Ее цель неясна. Насмотревшись, человек отводит взгляд от эстетичного и стильного объекта.

* * *

Ощущение лабиринта смыслов перекликается с духом постнеклассической эстетики (см.: 3), но не удовлетворяет конкретного человека-обладателя вещи. Что рассказывают лица – историю вечной любви, историю любви, невозможной в земных пределах? Или это лишь студийная постановка персонажей с учетом законов композиции и гармонии? В восприятии и переживании вещи не хватает какого-то основного знака, доминирующего над остальными и собирающего их воедино. Смыслы рассыпаются неясным текстом со множеством цитат, не связанным с моментом дарения и личностными характеристиками или пристрастиями владельца.

Заключение

Констатация дробности и рассогласованности значений вкупе с усиливающимися по прошествии времени негативными эмоциями от чисто сделанной и эстетически почти безупречной вещи позволяет сделать вывод о необходимости согласования исторического, духовно-ценностного, символического, ассоциативного, художественно-образного и даже функционального смыслов предмета дарения. При этом в случае с сувениром контекст происходящего не менее важен, в нем тоже могут и должны быть смысловые связи с сюжетом, персонажами или стилистикой изображаемого. Эти моменты необходимо учитывать разработчикам сувенирной продукции, зачастую довольствующимся установкой на превращение любого предмета в носитель «подписи» без учета его эстетических и смысловых качеств.

Список литературы и источников

- 1 Быстрова Т. Ю. Вещь, форма, стиль: Введение в философию дизайна. Екатеринбург, 2001. 223 с.
- 2 Быстрова Т. Ю., Хисматулин А. К. Сувенир – это серьезно: социально-коммуникативный анализ сувенира. Екатеринбург, 2008. 94 с.
- 3 Бычков В. В. Эстетика. Краткий курс. М., 2003. 384 с.
- 4 Платон. Пир. URL: <http://philosophy.ru/library/plato/pir.html>. Дата обращения 22.10.2012.
- 5 Флоренский П. А. Иконостас. СПб., 1993. 366 с.

В. В. Филатов

ПОХВАЛА АНТИВЕЩИ

По словам Паскаля, в течение своей жизни обычный человек собирает вещи и держит их в вытянутых руках перед собой, для того, чтобы закрыться ими от зрелища неминуемой смерти. Видимо, по этой причине чаще всего склонны к собиранию вещей, в том числе и абсолютно им не нужных, как правило, пожилые люди — процесс собирания, а также сама коллекция ненужного хлама придают их существованию некую ложную значимость. Вещевая тревога этих людей, это, на самом деле, экзистенциальная тревога. Как гласит известная этнографическая