

Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

*Самарская гуманитарная академия, Самара, Россия**Кафедра философии, доцент**Руководитель проекта «Философия в сети» (www.filosofivseti.ru)**Со-организатор проекта «Философская Самара» (www.phil63.ru)**Samara Academy for the Humanities, Samara, Russia**Philosophy Department, Associate Professor**Head of the project "Philosophy in the Net" (www.filosofivseti.ru)**Editor of the Project "Philosophical Samara" (www.phil63.ru)**iv@webvertex.ru***ДИЗАЙН ЖЕРТВЫ***

Статья посвящена анализу жертвы как медиаконструкта в пространстве биополитики. Предлагается взглянуть на трансформации механики жертвы в современных медиа. Вслед за Дж. Александером, предложившим различать событие-первопричину и травму как результат коллективного восприятия, в статье предлагается видеть в жертве результат коллективной деятельности по проектированию ее антропологических характеристик. Данная деятельность обозначается как дизайн, осуществляющийся распределенно в сети. Таким образом, ключевое понятие статьи – дизайн жертвы – выражает одновременно процесс и результат деятельности сетевых сообществ. Смещение функций между создателем, отправителем и адресатом жертвы в сети анализируется с помощью концепции *produsage*. *Produsage* выражает идею того, что любой пользователь производит то, что

может быть использовано другими в соответствии с их запросами. Проблематизируется тождество процесса принесения жертвы ее дизайну. В статье приводится краткий обзор техник и приемов по созданию дизайна жертвы в качестве медиапродукции. Востребованность жертвы как товара позволяет говорить о понимании жертвы как экономической единицы, подверженной инфляции. В качестве эффективной механики взаимодействия с травмирующим опытом в статье рассматривается специфическое коммуникативное явление – *хайп*. Как особый тип коллективной коммуникации вне речи, хайп позволяет вовлекать и удерживать в рамках биополитической этики табуированную «голую жизнь».

Ключевые слова: медиа дистанция, жертва, культурная травма, «голая жизнь», биополитика, дизайн, сетевая коммуникация, хайп, коллективная идентичность, экономика жертвы.

* Статья подготовлена на основании доклада, сделанного на Всероссийской конференции с иностранным участием «Антропология жертвы: от архаических корней к современным контекстам» (12-14 октября 2017, Самарская гуманитарная академия), конференция проводилась при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект № 17-03-14065.



WELL-DESIGNED VICTIM

The article is devoted to the analysis of the victim as a media construct in the space of biopolitics. It is suggested to look at the transformation of the mechanics of the sacrifice and victim in modern media. Following J. Alexander, who proposed to distinguish the event from trauma as a result of collective perception, the article proposes to see in the victim the result of collective activity in designing the anthropological characteristics of the victim. This activity understood as network design. Thus, the key concept of the article – the design of the victim – expresses simultaneously the process and result of the activity of the networked communities. Network displacement of functions between the donator, sacrificer and acceptor is analyzed using the concept *produsage*. *Produsage* expresses the idea that any user produces what can be used by others

in accordance with their requests. The identity of the sacrifice to its design is problematized. The article provides a brief overview of techniques for creating a well-designed victim as a media product. The demand of the victim as a commodity makes it possible to speak of an understanding of the victim as an economic unit. As an effective mechanics of interaction with traumatic experience, the article deals with a specific communicative phenomenon – *hype*. As a special type of collective communication outside of speech, *hype* allows you to involve and hold in the framework of biopolitical ethics tabooed "*nuda vita*".

Key words: media distance, victim, cultural trauma, *nuda vita*, biopolitics, design, network communication, *hype*, collective identity, economy of the victim.

Развитие биополитики совпадает в точках акме с медиа-средой, а точнее с цифровыми сетевыми медиа, без которых немислим биополитический паноптизм. Под сетевыми медиа мы предлагаем понимать очень широкое пространство активной коммуникации, от интернета людей до интернета вещей. Сетевая коммуникация опирается на множественные точки роста, среди которых: соцсети (благодаря которым даже мутные глубины повседневной жизни стали достоянием общественности), новостные агрегаторы (работающие как эхолокатор, регистрирующий крупные объекты в поле видимости), сайты официальных структур (дающие статусную информацию) и даже интернет вещей (способный оказывать воздействие на потоки данных). В сеть так или иначе вовлечены и off-line медиа, такие как печатные СМИ и аналоговое телевидение. Короче говоря, сеть глобальна (во всяком случае, с точки зрения самой сети). Всеядность средств массовой информации и высокая скорость распространения и обработки данных в социальных сетях создает эффект мгновенного освещения любого события в

глобальном масштабе и в исчерпывающей глубине. Этот эффект настолько убедителен, что позволяет апеллировать к сведениям из сети как к первичным, а взаимодействие с такими сведениями рассматривать как свидетельство. Верификация реальности¹ отступает на дальний план и не всегда

¹ Несмотря на то, что всем известно, как легко запустить в интернет фейковую новость, тем не менее, градус доверия информации из сети довольно высок, особенно если эта информация дается авторитетным источником. И даже если верификация данных выявляет явное несоответствие действительности, сам эффект от этих данных может сохраниться без особых изменений. Например, курьезный случай со скриншотом из игры «AC-130 Gunship Simulator» в качестве доказательства поддержки террористов организации «Исламское государство» (ИГ, организация запрещена в России) со стороны США. Позже фотографии и слова о «неоспоримом подтверждении» были удалены из сообщения Минобороны. Однако реакция пользователей на разоблачение была неоднозначной: «Даже если некоторые факты подтасованы, то почему бы и нет? ... Если наш противник жульничает, блефует и делает другие нехорошие вещи, то может уже надо раздолбать его на его же поле?» URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3467261> (дата обращения: 15.11.2017)



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

способна оказать влияние на темпы формирования коллективных идентичностей. Можно сказать, что с учетом возможностей цифровых технологий в рамках биополитического диспозитива хвост виляет собакой гораздо интенсивнее.

Как условие конструирования травмы мы рассматриваем *медиальную* дистанцию. Даже в самом маленьком масштабе – иницирующий медиа-сигнал о каком-либо травматическом событии – медиальная дистанция обладает всем потенциалом для создания травмы, хотя бы потому, что несет в себе в свернутом виде биополитические ценности. Некто или нечто опознается как пострадавшее от внешних обстоятельств, как ущемленное в своих правах на целостность, как жертва. В данном случае *жертва* однозначно понимается в регистре *victim*, как то самое, что *не должно повториться*. Именно поэтому такое «недолжное» событие считается достойным публичного медиа-пространства, поскольку позволяет применить к себе арсенал биополитической этики, встряхнуть связи сообщества и проверить его участников на единодушие. Количество исходных медиа-сигналов не так уж важно; достаточно одного, который будет опознан и, соответственно, транслирован далее. Так запускается процесс медиации жертвы; можно сказать, что современная жертва, как и травма, строится по законам медиа-среды, и только в ней осуществляется. Жертва и травма в данном контексте понятия очень близкие, во многом синонимичные. Жертва – это травмированное тело (субъекта, народа); травма – это статус жертвы/жертв в биополитическом пространстве. Травма как переживание (коллективное или индивидуальное) появляется, когда медиальная дистанция к прото-событию заполняется векторами гуманизации и юридической рефлексии, определяющих нанесенный урон, виновных, и намечающих пути к компенсации. Здесь мы согласны с Дж. Александером, критиковавшим «ошибку натурализма»² – не любое травмирующее событие-первопричина может стать травмой, равно как и не

всякий факт гибели людей опознается сообществом как жертвы. Жертва – продукт информационных технологий, она не там, где льется кровь, а там, где достигает определенной интенсивности коллективный аффект, где появляется особым образом устроенное аффективное тело сообщества. Последнее тоже может собраться только вокруг подходящего события – в него должны быть включены некие универсальные антропологические константы, соразмерные сети. В противном случае, «жертва» как off-line событие останется незамеченным; а если оно не втянуто в сеть, его как бы и нет.

В связи с этим, попробуем поставить несколько вопросов. Что происходит с механикой жертвы в современных медиа? С учетом возможностей сетевой эпохи кто и кому «приносит» жертву? Каковы постинформационные трансформации в тандеме «кровь и культура»?

Медиальная дистанция к жертве удерживается и застраивается с помощью процессов, всю совокупность которых попробуем охарактеризовать как *дизайн*. Рассуждая о культурной травме, Александер описывал разрыв между событием и его репрезентацией как «процесс травмы»³, уподобляя последний речевому акту, и вычлняя в структуре травмы такие элементы как *говорящий, аудитория и ситуация*⁴. Мы же попробуем подступить к конструированию жертвы с позиций медиа (поскольку, как было описано выше, других у нас нет), а это значит, что процесс проговаривания травматического события будет обладать нелинейными характеристиками виртуального и существенно отличаться от речевого акта. Сетевые и около сетевые волны, конструирующие событие с хэштегом «жертва», несводимы к речи – в них много знаков, меметической информации, потоков данных, остенсивных определений, кочующих между узлами сети и претерпевающих постоянные изменения в процессе формирования чего-то выверенного, безупречно опознаваемого всеми как

² Александер Дж. Смыслы социальной жизни: Культур-социология. М.: Праксис, 2013. С. 269.

³ Там же. С. 275.

⁴ Там же. С. 278.



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

жертва. Эту смысловую интенсивность можно описать как *дизайн жертвы*. Инерция повседневного русского языка привязывает слово *дизайн* преимущественно к сфере эстетики; мы же предлагаем понимать это слово в более широком смысловом оттенке, близком к английскому значению *design*, переводимого как *проектирование* и *разработка*, и включающего как процесс деятельности, так и ее результат. В отличие от речевого акта дизайн как понятие проще монтируется с коллективностью – за дизайн часто отвечает отдел, бюро, корпорация. Дизайн жертвы в таком случае оказывается шире границ эстетики и индивидуального и включается в сферу практики и совместного конструирования, как промышленный дизайн, например. Эта разница между русским и английским смыслами чувствуется в англоязычных выражениях типа *well-designed equipment* (хорошо спроектированное оборудование). Посмотрим, что же такое *well-designed victim*.

Любое событие, демонстрирующее кризис или слом биополитических структур, вызывает всплеск пользовательской активности в сети, ярко окрашенную эмоциями реакцию. При этом вполне допускается формальное сочувствие – сочувствие в один клик – правильным способом выражения которого оказываются репост или эмодзи. Формирующиеся в сети ритуалы выражения скорби упрощают и облегчают этот жест, скрывая его за знаками. Знаки, выполняющие коммеморативную функцию, отличаются наивностью: виртуальные свечи, цветы, глаз со слезой, вариации на тему RIP, ангелочки, короткие рифмованные некрологи, обильно снабженные значками-эмодзи⁵. Словно профессиональные плакальщицы, эмодзи технично отыгрывают ритуальную скорбь (которую вовсе может не испытывать пользователь) и

служат главной цели – приращению интенсивности реакции, вовлечения в информационную волну новых медиа-сигналов. Комплекс траурных знаков может дополняться фотографиями из архивов погибших, ссылками на подробности происшествия с отдельными ветками комментариев и т.д. Той же цели служат бесконечные новостные платформы, по роду своей деятельности наращивающие интенсивность события и ретранслирующие его с «профессиональными» изменениями, такими как лаконичность, визуальная выразительность и (как правило, натянутая) этическая нейтральность, обеспечивающие месседжу высокую дальность. В целом, коммуникативные траектории, выписывающие контуры события, отмеченного жертвами, подразумевают наличие *техне*; так сказать, ремесленное отношение к жертве как к конструкту. Инъекция *техне* правильным образом мобилизует силы коллективного организма, защищая его от «столбняка» и позволяя избегать слишком длинных, деструктивных для сообщества минут молчания. Подобное отношение прививает цинизм и обучает этикету жертвы (как минимум, умению надевать скорбные лица в один клик). Поскольку с точки зрения биополитического глобализма любое страдание всегда происходит рядом с нами, то жертва – это всегда ближайшее, и мы не можем не откликнуться. С тех самых пор, как Бог мертв, принимает жертву не он, а *мы*, и *мы должны* уметь ее принять. Опознать, принять и откликнуться – это социальный долг общества эпохи биополитики и главный камертон человечности. Забегая вперед скажем, что отсюда, правда, один шаг до *посмаковать, вдохнуть дым воскурений и насладится*. И *воспроизвести*, наконец, как делает всякий *prosumer*. Воспроизвести – не значит буквально пойти и пролить кровь невинных, вовсе нет; это значит создать/поддержать медиа-волну, приняв тем самым участие в дизайне жертвы. С тех пор, как пользовательская среда перестала быть преимущественно пассивной, всякому рядовому юзеру сети делегировано право вносить в сеть свою лепту, чем активно пользуется большинство, осознанно или нет трансформируя информационные потоки. И

47

⁵ Подробнее о комплексе траурных знаков в поминальной поэзии см. статью Леты Югай «Помянуть стихами: коммеморативная наивная поэзия» // Археология русской смерти. 2016 №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pomyanut-stihami-kommemorativnaya-naivnaya-poeziya> (дата обращения: 23.11.2017)



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

если уж речь идет о такой «священной» теме, как жертвы, то здесь пользовательская активность может быть особенно ретивой. Техне идет впереди пользователя: желание выхватить камеру и снимать теракт или катастрофу продиктовано пафосом свидетельствования, привилегией создания медиа-события, перспективного информационным вбро-са, способного обратить на себя внимание всей сети. Желание первым выложить в сеть ролик с терактом совершенно искреннее – так срабатывает этический императив биополитики. Судя по количеству роликов с пострадавшими разного рода⁶, оптика опознавания такого рода сюжетов неплохо настроена, ее работа и дальнейшее совершенствование стимулируется разного рода сетевыми бонусами, такими как рост просмотров и лайков, лентами комментариев и множественными репостами.

Можно предположить, что процесс принесения жертвы равен теперь ее дизайну, конструированию, проектированию. Информационные траектории, движения коллективного сетевого тела наматываются друг на друга, формируя некое значительное событие Жертвы с большой буквы. Сетевой резонанс способен модифицировать исходное травмирующее событие (что уж там, его может вовсе и не быть), наделить его новыми качествами, «переосмыслить» все его компоненты. Это проба на прочность как события, так и сообщества – сетевой резонанс может затухнуть и событие перестанет существовать. Или напротив, резонанс усилится и придаст жертве новый статус. Так, кстати, жалкая, виктимная жертва может пройти путь вторичной сакрализации к жертве святой, священной (возможно и наоборот, и не один раз). Здесь наблюдается любопытная параллель с архаикой:

⁶ По запросу «жертвы ролик в ютьюб» поиск Google по видео выдает примерно 8 640 000 результатов; из них запрос «жертвы теракта ролик в ютьюб» дает 828 000 результатов, «жертвы войны ролик в ютьюб» – 1 860 000, «жертвы катастроф ролик в ютьюб» – 1 020 000. По статистике Яндекс (сервис <https://wordstat.yandex.ru>) за период с ноября 2016 по ноябрь 2017 в среднем в месяц в поиске присутствует около 500 000 запросов «жертвы», около 300 000 запросов «пострадавший».

смещение от традиционного ритуала жертвоприношения к дизайну странным образом сохраняет сакральную дистанцию к жертве, превращая дизайн в жреческую практику по наделению объекта наилучшими качествами, возвращая его до статуса наилучшей жертвы, *sacrificium*⁷. Сеть добавляет в эту игру сращение (и амбивалентность) жертвы и зрелища, а также размывает границы между создателем, отправителем и адресатом жертвы. Подобное смещение функций релевантно структурам постинформационного общества потребления, в частности, концепции *produsage*⁸. В этом неологизме пассивное *потребление* (*consume*) полностью вытесняется *производством* (*to produce*) и активным использованием (*usage*). *Produsage* выражает идею того, что любой пользователь производит то, что может быть использовано другими в соответствии с их запросами. Сеть предлагает достаточное количество инструментов для того чтобы что-то производить и что-то потом употреблять.

К любому медиа-продукту сетевая культура предъявляет свои правила и требования к дизайну. Когда-то Sony Walkman стал прорывом в промышленном дизайне⁹, изменив представление об общем пространстве музыкального, сделав музыку мо-

⁷ По словам Сергея Зенкина, «латинское слово *sacrificium*, от которого происходят соответствующие термины в новоевропейских языках, буквально означает «делание священным», «освящение», то есть жертвенный обряд – это поворотная точка в отношениях сакрального и профанного, переходящих друг в друга». Зенкин С. Н. Небожественное сакральное. Теория и художественная практика. М.: Российский государственный гуманитарный университет. 2012. С. 201.

⁸ Австралийский исследователь медиа Аксель Бранс выпустил в 2008 году книгу *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage* (Peter Lang Inc., International Academic Publishers, 2008) в которой демонстрирует новое понятие *produsage* и указывает на характерные особенности социального и технологического порядка, делающие эту практику возможной и даже многообещающей. URL: <http://produsage.org/book> (дата обращения: 20.11.2017)

⁹ Walkman — популярная торговая марка компании Sony, под которой продаются ее портативные аудиоплееры. Первый Walkman был выпущен в 1979 году.



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

бильной и приватной. Теперь и *жертва* как медиа-продукт отвечает на пользовательский запрос – благодаря персональным гаджетам и социальным сетям *жертва* мобильна и приватна при своей коллективности. Всякий может присоединиться к пространству сопричастности, не покидая своего кресла.

Prodisusage хорошо описывает суть рекурсивного движения данных в сети – децентрализация сводит к минимуму авторский авторитаризм. Если всякий может создать продукт, всякий может его и разрушить. Чтобы медиа-продукт (в данном случае даже не важно, какой именно) состоялся, нужно чтобы сработала пользовательская эмпатия. Когда же она срабатывает? Правила создания трагического медиа-события с жертвами в целом подобны правилам создания типичных медиа-продуктов – блокбастеров, лэндингов, логотипов и т.д. В их структуру должны быть заложены лаконичность, мобильность и масштабирование. Лаконичность с помощью разных приемов концентрирует внимание на чем-то одном, обеспечивает легкое восприятие, снимает муки выбора смысла/действия, сообщает только важное. Как правило, приоритет здесь остается за визуальной информацией, очень широко используется фасцинация как шоковый захват внимания. Так устроены сетевые новости. Так устроены намозолившие глаза посадочные страницы, где прямо-таки истекающая реальностью красивая картинка, несколько парцелированных фраз и стерильная инфографика сообщают 5 причин хотеть предлагаемый товар и призывают к единственному действию – нажать на кнопку обратной связи, обозначив себя тем самым как потребителя. Мобильность отвечает за возможность подстраиваться под пользовательское внимание – не важно, где и с какого носителя. Масштабирование – это способность продукта сохранять свои свойства при увеличении масштаба; то есть медиа-продукт в идеале должен выдержать потенциальный натиск всей сети. При соблюдении этих правил гарантируется высокая конверсия случайных зрителей в активные пользователи, чем

больше становится которых, тем больше становится капитал конкретного медиа-события.

Отсюда мы делаем шаг к пониманию жертвы как экономической единицы, ценность которой определяется рядом экономических факторов. Действительно, в сети вполне возможна инфляция жертвы – резонанс стихает, исчезает интерес вплоть до полного растворения. Можно предположить, что *срок годности жертв* исчисляем, и может быть спрогнозирован заранее, так как инфляция при необходимости может быть компенсирована извне различными приемами. Как правило, актуализация пользовательского внимания достигается за счет приемов фасцинирования – вбрасывания новой шокирующей информации в старый контент. В ход идет табуированная «голая жизнь» – ее особый статус в контексте биополитики делает такой ход гарантированно успешным. Добропорядочным гражданам легко поддаться волне эмоционального участия в событиях, пусть даже происходящих далеко и не с ними. Ведь показывают шокирующие кадры с телами жертв под соусом «это может произойти с каждым». Уютный диван и окружающая дольчевита¹⁰ не гарант безопасности, как раз наоборот. Дольчевита – это маркер престижной зоны биополитики, точка акме биополитических ценностей, где всегда присутствует ресурс общественного внимания. За престиж взимается плата в прямом и переносном смысле в виде регулярных счетов за пребывание в элитном районе и потенциального риска поплатиться жизнью, став жертвой теракта. Теракт среди мирных граждан в мирной стране в мирное время – очевидным образом самый вопиющий¹¹. В подобных случаях,

¹⁰ *Dolce vita* (итал. «сладкая жизнь», «жизнь-малина») используется как антоним к агамбеновскому выражению *nuda vita* («голая жизнь»).

¹¹ Например, теракт в Ницце 14 июля 2016 года во время праздника в честь Дня взятия Бастилии; или взрыв в центре Осло и расстрел в молодежном лагере 22 июля 2011 года. Если локация теракта переносится в менее «благонадежный» регион, то резонанс и степень освещения события в новостях становятся значительно ниже. Для сравнения, теракт в Стамбуле в новогоднюю ночь 2017 года в танцевальном клубе Reina унес жизни



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

благодаря мгновенному подключению значительного количества пользователей, дизайн жертв осуществляется быстро, равно как и капитализация данного конструкта. Экстремистские организации, стараясь взять на себя ответственность за событие¹², тем самым присваивают себе и сопутствующий капитал. Жертва (и не обязательно терроризма) как медиа-конструкт становится капиталом, так как она способна обозначать границы престижной зоны потребления. Этот силлогизм работает в обе стороны: у нас долчевита, потому у нас теракт; и раз у нас теракт, значит у нас долчевита. Эксплуатация пафоса сочувствия жертвам достаточно универсальна, чтобы превратить его в идеальный бренд, оторванный от частной корпорации, существующий транскультурно (с поправкой, разумеется, на описанную выше глобальность сети). Вроде как шаг от метанарративов к супербрендам. И если расценивать общественное внимание как капитал, то налицо выгода жертв – у кого их больше, тот обладает большим набором прав и предпочтений.

На этой плодородной почве идет гонка вооружений дизайна жертвы. Эти сложные процессы пребывают в постоянной динамике, и систематизировать их в рамках статьи не представляется возможным. Попробуем наметить несколько важных тенденций. Инертная историческая дистанция к жертвам былых времен стирается с помощью приемов, дающих возможность переживать травмирование здесь и сейчас, реанимирующих жертвы прошлого в настоящем. Репрезентация жертв через травмирующий опыт свидетельствования впервые отчетливо была высказана в фильме Клода Ланц-

мана «Шоа»¹³. Как пишут Оксана Мороз и Екатерина Суверина «Факт репрезентации стал историческим актом, актом представления истории как актуального события здесь и сейчас. Применяя метод съемки крупным планом, создав нарратив из серии видеоинтервью, Ланцман постарался решить апорию свидетельства, эмоционально вовлекая зрителя в переживания героев. Камера превращает зрителя в воспринимающего актора, наблюдателя, заставляя его сопереживать дискурсивной несостоятельности рассказчика. Аудитория Ланцмана никогда не сможет стать современниками обсуждаемой трагедии, но она может стать носителями памяти о ней, ее истории здесь и сейчас¹⁴.» Репрезентация жертв основывается на сокращении дистанции между жертвой и зрителем, вплоть до замены. В современной кинематографии заигрывание с этой гранью можно видеть, например, в работе Алехандро Гонсалеса Иньярриту «Плоть и песок»¹⁵, снятой в технологии виртуальной реальности (VR). Зритель/актор с помощью спецоборудования буквально входит в сюжет, показывающий трагизм мексиканской миграции в США¹⁶. Помимо виртуальных страдающих персонажей, в павильоне были разложены настоящие вещи, принадлежавшие погибшим, в частности обувь, горой, как в Освенциме. В основе этой VR-инсталляции также провозглашается опыт свидетельствования – «Инь-

50

40 человек, более 60 были ранены. Однако это событие в российских СМИ освещалось довольно поверхностно, на уровне констатации факта.

¹² «Стрелок из Лас-Вегаса», Стивен Пэддок, убил 59 человек и ранил более 400 человек в Лас-Вегасе во время фестиваля кантри-музыки 1 октября 2017 года. До того, как подробности происшествия стали известны, запрещенная в России террористическая группировка «Исламское государство» взяла на себя ответственность за стрельбу в Лас-Вегасе (по сообщению агентства Reuters) URL: <https://www.bfm.ru/news/366430> (дата обращения: 11.10.2017)

¹³ Вышедший в 1985 году фильм Клода Ланцмана «Шоа» впервые использует прием демонстрации травмы свидетеля; камера в упор рассматривает дислексивный шок выживших в лагере, сам процесс свидетельствования транслирует опыт жертвы. С тех пор прием «говорящей головы» свидетеля крупным планом превратился в клише.

¹⁴ Мороз О., Суверина Е. Trauma studies: История, репрезентация, свидетель. URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2014/125/8m.html> (дата обращения: 4.11.2017)

¹⁵ Этот VR-фильм, первый в своем роде, был продемонстрирован в рамках Каннского кинофестиваля 2017 года.

¹⁶ Подробнее об опыте участия в фильме см. отчет корреспондента Российской Газеты Кичина В.: <https://rg.ru/2017/05/19/korrespondent-rg-provel-65-minuty-na-granice-ssha-s-meksikoj.html> (дата обращения 12.10.2017)



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

ярриту и Любецки много беседовали с бывшими беженцами, которым удалось уцелеть, и те согласились перед камерами повторить то, что пережили въявь. Режиссеру было интересно впервые в истории использовать технологию VR не как развлекательный аттракцион, а как реальное переживание для зрителя, как опыт, позволяющий войти в плоть и в сознание беженца, пройти вместе с ним через ад»¹⁷. К травмирующему опыту свидетельствования здесь добавляется попытка создать непосредственный опыт жертвы – зрителю/актору фильма стреляют в лицо, рядом умирают люди, которым он не может помочь. Эта симптоматичная попытка преодолеть медиа средствами медиа говорит о снижении порога чувствительности зрителя, но неготовности покинуть зону гарантированной безопасности.

Этот зрительский запрос обслуживает также масштабная индустрия производства фильмов на тему жертв катастроф и политических репрессий, и, разумеется, Второй мировой войны. Здесь отчетливо наблюдается возгонка эмоционально-эстетической подачи материала: по сравнению с лентами на аналогичные темы 30-ти летней давности в современных фильмах акцент ставится на шокирующих фото и видео-материалах, и обязательно на клишированные дислексивные интервью в духе Ланцмана. Редизайн жертв прошлых лет проходит в духе тенденции, метко определяемой в английском как *wag porn*. Сокращение дистанции и вторичность сюжета предаёт само неудобное переживание «голой жизни» – «атрибут «порно» указывает на манеру потребления, на чрезмерное вождение откровенных визуальных образов, связанных с телесностью»¹⁸. Симпатична в этом контексте работа израильского сатирика Шахак Шапира – его фотопроjekt Yolocaust (www.yolocaust.de) включает более десяти тысяч селфи, размещенных в социальных сетях, где посе-

тители берлинского мемориала Холокосту занимаются йогой, прыгают на скейтборде или просто сидят со счастливым выражением лица. Автор проекта объединил эти фотографии с настоящими снимками жертв Холокоста, поставив в общие рамки две полярные точки биополитической телесности. Получившиеся коллажи возвращают дистанцию к «голой жизни», вытесняя из кадра наивную витальность селферов и демонстрируя нарративный сбой. Для тех авторов селфи, которые ощутили «неуютность» дизайна, аппроксимирующего опыт жертв, оставлена лазейка – можно написать Шапира просьбу убрать коллаж с его сайта. Это действие – прямое признание работы биополитической этики и мастерства автора проекта Yolocaust, ведь добиться «неуютности» от субъекта, возросшего в пространстве изодренной медиа-фасцинации, становится все труднее.

Можно сказать, что дизайн жертв – это высоко конкурентная сфера, требующая серьезной профессиональной работы с материалом. Репрезентация опыта жертв ищет новые неожиданные решения, способные преодолеть резистентность субъекта. В общем пространстве дизайна жертвы, формируемого сообществом, отдельными флуктуациями вырисовываются авторские пробы, подобные Yolocaust, для которых характерны провокативное смешение жанров и обязательная привязка к «фактичности» в виде фотографий, свидетельств, документов. В этом русле работает, например, документальная поэзия жертв, представляющая синтез художественного опыта и опыта жертвы/жертв показанного через отчеты, свидетельства, протоколы и прочее как некую «правду» о травмирующем событии; ту скорлупу, внутри которой, собственно, расположен опыт жертвы. В частности, на волне масштабного резонанса вокруг пострадавших от насилия в тюрьмах возник художественный текст-эксперимент «Песчаная опера» Филипа Метреса о жертвах пыток в тюрьме Абу-Грейб¹⁹. Построенный в традициях дислексии,

¹⁷ Там же.¹⁸ Война и порно: Как поле боя стало источником развлечений. URL: <http://www.furfor.me/furfor/freedom/freedom/216023-wagporn> (дата обращения 12.11.2017)¹⁹ «Песчаная опера» (часть первая: «арии абу-грейб»). Филип Метрес (Philip Metres). Перевод Анастасии Баби-

Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

текст создает высказывание о жертвах тем, что сам является травмированным и травмирующим; виктимный опыт передается через шаткую, на ходу собираемую дистанцию к тексту. Будучи особым привилегированным типом апелляции к реальности, такой текст как самостоятельный опыт травмирования обладает значительным потенциалом и перезапускает волну конструирования травматических смыслов.

Но, подводя предварительный итог, нельзя сказать, что само по себе наличие медиадистанции и соблюдение правил конструирования медиапродукта являются гарантом возникновения Жертвы/Травмы в пространстве сети. Медиадистанция, являясь условием конструирования опыта жертв, тем не менее, способна накапливать сопротивление, затуманивая или вовсе скрывая эффект «голой жизни». Так происходит, когда средства медиа сами становятся объектом внимания, и доступны для манипулирования. В таком случае, с учетом стохастического характера реакции сети, предсказать результат сетевого конструирования жертвы довольно сложно, поскольку результат как таковой постоянно меняется. Профессиональные дизайнерские приемы по созданию резонансного видео, подобного съемкам сомнительной организации «Белые каски»²⁰, как это не странно, слишком стерильны и правильны в демонстрации объектов war porn. Эти съемки слишком хороши, чтобы быть

чевой. URL: <http://www.cirkolimp-tv.ru/articles/692/peschanaya-opera-chast-pervaya-arii-abugreib-perevod-anastasii-babichevoi> (дата обращения: 21.10.2017). Текст «Песчаная опера» был опубликован в 2014 г. (Philip Metres. Sand opera. Alice James Books. 2014), ему предшествовал документальный фильм Э. Морриса «Стандартная процедура» (2008), рассказывающем о пытках в Абу-Грейб.

²⁰ «Белые каски» – название добровольного отряда Сирийской гражданской обороны. Отличаются обилием фото- и видеоматериалов о своей работе, активным освещением деятельности в сети. Постановочность съемок широко обсуждается в сети, а статус самой организации расценивается как сомнительный. Симптоматичным стало вручение Оскара вышедшему в 2016 году документальному фильму «Белые шлемы» (The White Helmets, 2016, реж. Орландо фон Айнсидель)

правдой – мертвых/спасенных детей откровенно носят специально для того, чтобы их фотографировали. К медиа-продукции такого рода в сети по-прежнему относятся с большим интересом, но аффект уже связан не столько с опытом жертвы, сколько с профанацией последнего. Здесь тоже можно вычленить определенное дизайнерское ноу-хау – мерцающий статус подлинности видеоматериалов очень эффективно запускает алгоритмы produsage по сбору доказательств/опровержений, разработке конспирологических домыслов и тому подобное, хотя и отодвигая конструкт жертвы на дальний план.

Сходный пластичный дизайн жертвы можно наблюдать в связи с нашумевшими роликами «Исламского государства»²¹. Как пишут Сергей Зотов и Александра Мороз «Видеоролики исламистов прогремели на весь мир благодаря своей неожиданной кинематографичности. Использовав многочисленные приемы, большей частью заимствованные у Голливуда, исламисты нового поколения вывели жанр террористических видео на новый уровень, сделав акцент на эстетической составляющей убийства. Этот ход мыслей в первый момент ошеломляет и порождает разные типы реакции – от ужаса до насмешек»²². Как и видео «Белых касок», ролики экстремистов часто расцениваются как фейк. Но, как говорится, the medium is the message. «Выпиливание» этих материалов и цензурирование их в официальных средствах массовой информации создает основу для доверия к этим материалам. Композиция кадра намекает на логику ритуального жертвоприношения, ломая ее и оставляя открытым адресата – этот прием напрямую вписан в систему биополитических механизмов.

²¹ Решением Верховного суда РФ от 29 декабря 2014 года «Исламское государство» признано террористической организацией, деятельность которой в РФ запрещена.

²² Сергей Зотов, Александра Мороз Неповторимый очерк эпохи: технологические особенности снаффа «Исламского государства» // Синий диван 2016, № 20.



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

Жертва без выраженного адресата, как пуля со смещенным центром тяжести, производит наибольший резонанс. Очевидность нарративного сбоя, фасцинирующее обнуление смыслов с трудом упаковываются в неповоротливые клише типа «Это не должно повториться». Многочисленные исследования *trauma studies* только подливают масла в огонь друг другу, предлагая различного типа рефлексии на тему травмы. Однако тело жертвы – это коммуникативное тело. Оно требует немедленной нерелексивной реакции. *Мы не можем не говорить о жертвах*. Но как говорить? Выход из этой апории предлагает сама сеть.

Рассмотрим яркое сетевое явление, сопутствующее всем точкам коммуникативной интенсивности в сети – *хайп*²³. Без хайпа современной жертвы нет как ставшего; с помощью хайпа конструируются такие крупногабаритные структуры как коллективная травма, поскольку хайп способен вбирать в себя сообщество в любом масштабе и демонстрировать его. Выросшее когда-то в сфере коммерческого продвижения сленговое словечко *хайп* относится теперь к широкой сфере активного сетевого общения, связанного с продвижением общей идеи или настроения. Суть хайпа в безотлагательном соучастии (собственно, здесь коммуникативный хайп сходен с финансовым хайпом как кредитом доверия), передающимся мгновенно и позволяющем отчетливо почувствовать телесность сетевого сообщества, сокращение мускулатуры всеобщего тела в ответ на некий раздражитель. Один из переводов этого слова – *движуха* – наилучшим образом выражает суть явления. Пользователь,

начинаящий *хайпить* какую-либо тему, всегда рассчитывает на виртуальное чувство локтя, на силу коллективного аффекта, на согласное движение всего сообщества, осуществляющегося здесь и сейчас. Пользователь, отзывающийся на хайп-волну, подтверждает тождество своего аффекта всеобщему и выстраивает тем самым свою идентичность. Хайп заразителен. Его привлекательность связана с предвкушением аффективного тела сообщества и во многом похожа на архаический синкретизм поведения толпы во время ритуальных праздников. С той разницей, что хайп спонтанен и точки его самоорганизации множественны и ситуативны. Эта *движуха* подчинена общему ритму и реагирует на определенные триггеры, запускающие волновую реакцию. Триггеры могут быть любыми – от ничтожных осколков информации типа мемов до масштабных идей. Очень удачная визуальная метафора для хайпа – это ритуальный танец острова Бали, кечак²⁴. Хайп, образно говоря, это сетевой кечак.

Быстро растущие волны реакции в сети строятся из суммарного обмена репликами и знаками, включающими в себя сторонние медиасигналы в любом количестве и объеме. Сами по себе эти волны также являются мощнейшим медиасигналом – подводную часть айсберга составляют массивы данных, связанных с частными аккаунтами и действиями пользователей. Если вернуться на мгновение к вопросу о жертве как экономической единице, то здесь можно обнаружить и прямую монетизацию – базы данных, собираемые с участников хайп-коммуникации, продаются для последующего анализа с целью выявления корреляций.

²³ Хайп (от англ. HYIP – High Yield Investment Program) исходно в сфере финансов мошеннический проект, инвестиционная афера, которая обещает высокую окупаемость инвестиций, выплачивая прежним участникам деньги за счет поступлений от новых клиентов. Этимология также имеет отсылку к глаголу *to hype*, взятого из наркосленга и обозначающего «стимулировать», «накачивать». В качестве современного сетевого сленга *хайп* – это неологизм, который переводится как «навязчивая реклама; шумиха, ажиотаж», а также как «болтовня, гвалт, движуха». В качестве производного глагола «хайпить» означает «раскрутить; раздуть, сделать модным».

²⁴ Кечак (индон. Кесак) – это ритуальный танец с острова Бали, в его основе лежат коллективные трансовые практики. Традиционно исполняется группой из 100 или более мужчин. Танцоры садятся широким кругом, касаясь друг друга руками, как бы образуют единый организм, подчиненный общему ритму дыхания и движения. Танцоры ритмично раскачиваются, выкрикивают «чак-чак» вслед за ведущим. Импульсивная голосовая волна прокатывается по кругу танцующих и затухает трансформируясь в ритмичное дыхание, такие волны повторяются многократно.



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

Цепная реакция дискретного общения представляет собой коммуникацию вне речи – как и в балийском ритуальном танце, каждое отдельное высказывание само по себе незначительно и имеет смысл именно как знак причастности к сообществу. Сумма всех высказываний не образует линейного повествования, поскольку смыслы остаются распределенными по всем узлам-участникам. Здесь нет нарратива, и, пожалуй, даже нет эмоции (в кантовском смысле этого слова), только роевой аффект, отвечающий за коллективное поведение децентрализованной самоорганизующейся системы. Это очень интересная сетевая практика, существующая только в актуальной своей фазе – хайп отсутствует как ставшее, его невозможно архивировать и сложно отследить постфактум. Хайп пронизывает сеть и, будучи кроссплатформенной коммуникацией, ограничен только ресурсом собственной интенсивности. Интенсивность не связана пропорциями с исходным медиа-сигналом: как и танец кечак, хайп как практика строится вокруг пустого центра (вообще, вокруг чего угодно), так как важен сам аффект, а он, как всякое переживание, подлинен вне зависимости от своего триггера.

Благодаря этим функциям хайп позволяет эффективно организовывать взаимодействие даже с деструктивным опытом травмирования, а точнее, конструировать саму травму как коллективное интенсивность. Причастность через хайп снимает груз субъективной ответственности, перекладывая его на сообщество, которое может выйти на определенное действие, а может, и нет. Проективность хайпа носит акцидентальный характер, например, результатом хайпа может стать петиция на change.org как выход на прямое действие по компенсации травмы. Но главная цель хайпа – создание коллективного аффекта, возможность пропустить через себя волну новой телесности и идентифицировать себя тем самым. Приобретаемая идентичность множественна и это не противоречие, так как аффект согласия всегда подлинен.

Волна хайпа позволяет отличать «своих» от «чужих». В этом пространстве методом аккреции формируются рецепты универсальной антрополо-

гии, здесь они проходят естественный отбор. Волна затухает, если не находит отклика – таким образом проверяются на эффективность триггеры, запускающие хайп. В свою очередь гражданский долг биополитики вынуждает отзываться, вменяя в качестве долга априорное чувство вины, формируя универсальный камертон человечности. Как пишет Сергей Фокин, анализируя концепцию капитализма как вины, «На немецком «долг» и «вина» – одно слово: *shuld*. Собственно, жизнь в кредит, которую от щедрот своих предлагает современный капитализм, подразумевает жизнь в режиме или/или: либо ты сознаешь, что живешь под гнетом вины и всечеловеческой ответственности, либо ты живешь, под собою не чуя земли, в коллективном бессознательном»²⁵. Поиск баланса между двумя этими полюсами заставляет волны сетевой коммуникации мигрировать, вычисляя оптимальную медиа дистанцию к точке, обозначаемой фантазмом «голой жизни».

Внутренняя проективная работа сообщества по созданию самого эргономичного дизайна жертвы направлена на определенную цель: разработку и создание такой жертвы, которая прошьет наибольшее количество социальных рядов. Заставит их внимать и резонировать. В этом контексте становятся понятным наличие в сети огромного количества материалов алармического характера. Совокупность всевозможных ресурсов, посвященных глобальной травме (терроризм, геноцид, пандемии, экокатастрофы и прочее) напоминают стоковые коллекции элементов для архитектурных и дизайнерских программ. Опираясь на эти зрелищные фоны можно быстро выстроить дизайн жертвы.

Маховик культуры так раскручен, что, даже вращаясь вхолостую, производит готовые жертвоконструкции. В качестве примера можно привести телевизионный фильм ВВС «Переживем ли мы ме-

²⁵ Фокин С.Л. Этика капитализма: язык, логика суда, террор ответственности // Альманах Центра исследования экономической культуры. СПб. 2013. С. 101.



Елена Анатольевна ИВАНЕНКО / Elena IVANENKO

| Дизайн жертвы / Well-Designed Victim |

гацунами?»²⁶. Гипотетический проект обрушения крупной части Канарских островов в океан демонстрирует модель потенциальной катастрофы, вызванной волной цунами. Фильм вполне соответствует тренду survival-настроений и обслуживает популярный зрительский фантазм на тему апокалипсиса. Интересно здесь то, что фильм построен на *свидетельских* показаниях несуществующего события; свидетельства выполнены в лучших традициях жанра, инициированного Ланцманом – люди перед камерой прорываются через дислексию, вспоминая мучительный опыт: «люди тонули в машинах у меня на глазах», «я опознал трупы моей жены и ребенка». Фильм «Переживем ли мы

мегацунами?» построен не вокруг математической модели цунами, а вокруг жертв этой волны, дизайн которых в этом фильме выполнен очень тщательно; перед нами специфическое мокьюментари, сфокусированное на дизайне жертв. Вневременное расположение жертв, условная пространственная привязка и форс-мажор в качестве причины страдания обнажают саму структуру жертвы в контексте биополитики, а потребительский запрос на зрелище такого рода указывает на одержимость травмированием. Желание смотреть на жертву содержится в качестве интенции снафф – прорыв к реальности смерти, поданный не нелегитимно, но безопасно.

²⁶ Переживём ли мы мегацунами? / BBC: Could We Survive a Mega-Tsunami? 2013 URL http://dokumentalka.ru/load/katastrofy/perezhivjom_li_my_megacunami_bbc_could_we_survive_a_mega_tsunami_2013/4-1-0-9306 (дата обращения: 10.09.2017)

