

Рыбаков Всеволод Вячеславович

кандидат философских наук,
старший преподаватель факультета
технологического менеджмента и инноваций
Национального исследовательского
университета ИТМО

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ОПЫТ И ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ОПЫТ: О ДВУХ СПОСОБАХ СИНТЕЗА РАЗНОРОДНОГО

Аннотация:

В статье осуществляется сопоставление эстетического опыта и информационного опыта как двух способов синтеза разнородного, а также раскрывается значимость противостояния между ними. Постулируется, что и эстетический опыт, и информационный опыт в современных формах можно рассматривать в качестве феноменов Нового времени, ставших ответом на потребность обработки сложности и противоречивости содержания человеческой культуры. Оба вида опыта претендуют на неограниченную широту синтеза множественности, представляя собой два типа «повседневного номадизма». Между ними, однако, обнаруживаются принципиальные различия: если эстетический опыт по своему устройству устремлен к воодушевлению человека и активации его жизненных сил, то информационный опыт оборачивается подавлением энергии и эмоций. Утверждается, что эстетический опыт структурно содержит в себе устремление к другому человеку и диалог с ним, а также раскрывает ценностное измерение, сообщающее феноменам бытия иерархичность, тогда как информационный опыт синтезирует феномены бытия на одной плоскости, вынося измерение ценностей за скобки. В этой связи делается вывод о том, что между эстетическим опытом и информационным опытом как двумя способами синтеза множественности ведется борьба за содержание человеческой жизни, в которой следует видеть одну из принципиальных интриг современности.

Ключевые слова:

эстетический опыт, информационный опыт, синтез разнородного, номадизм, Новое время, энергия, Другой, Лицо, датаизм.

Rybakov Vsevolod Vyacheslavovich

PhD, Senior Lecturer,
Faculty of Technological Management
and Innovations,
ITMO University

INFORMATION EXPERIENCE AND AESTHETIC EXPERIENCE: ON TWO MODES OF THE SYNTHESIS OF HETEROGENEOUS

Summary:

The paper compares aesthetic experience and information experience as two modes of the synthesis of heterogeneous, revealing the significance of their confrontation. It is postulated that both aesthetic experience and information experience in their contemporary incarnations should be conceived as the Modern Age phenomena that have become a response to the need to handle the complexity and inconsistency of the contents of human culture. Both types of experience claim an unlimited breadth of synthesis of plurality, representing two types of 'everyday nomadism'. However, there are fundamental differences between them: while aesthetic experience in its design is aimed at inspiring man and activating his vital forces, information experience proves to absorb energy and inhibit emotions. It is argued that aesthetic experience structurally contains an aspiration to another person and a dialogue with him, disclosing the value dimension which constitutes the hierarchical arrangement of things, while information experience synthesizes the phenomena of being on one plane, taking the dimension of values out of brackets. In this regard, it may be concluded that between aesthetic experience and information experience as two modes of synthesizing multiplicity a struggle is underway for the content of human life, which should be considered as one of the fundamental intrigues of modernity.

Keywords:

aesthetic experience, information experience, synthesis of heterogeneous, nomadism, Modern Age, energy, the Other, Face, dataism.

В последние десятилетия феномен эстетического опыта стал предметом внимательного исследования как со стороны эстетики, так и со стороны философии в целом. Понятие «эстетический опыт» используется все чаще, оттесняя на задний план такие более привычные для эстетики концепты, как суждение вкуса, эстетическое удовольствие и т. д. [1]. Понятие «информационный опыт» в современной литературе пока встречается относительно редко, однако для все большего числа исследователей становится очевидна необходимость и перспективность его использования для описания и изучения: «а) вовлеченности людей в информацию в их жизненном опыте; б) того, что люди переживают в качестве информации; в) того, как информация переживается» [2, р. 7–8].

Удобство понятия «информационный опыт» состоит в том, что оно позволяет абстрагироваться от вопроса о сущности информации как таковой и, не прибегая к теориям информации, сконцентрироваться на описании того регистра опыта, который с течением времени стал занимать все больше места в структуре человеческого опыта вообще и который можно назвать информационным. Именно так мы и поступим в данной статье, подразумевая под информационным опытом тот

повседневный опыт работы с информацией, ее производства и потребления, в который каждый из нас в большей или меньшей степени оказался погружен в последние годы благодаря компьютеризации и развитию интернета. Замысел данной статьи состоит в том, чтобы сопоставить эстетический опыт и информационный опыт как два популярных регистра опыта современного человека, выявить сходства и различия между ними, а также описать их противостояние. Более того, мы намереваемся показать, что в немалой мере именно через противостояние эстетического опыта и информационного опыта может быть схвачена интрига бытия современного человека.

Что роднит эстетический опыт и информационный опыт? В общем виде на этот вопрос можно ответить так: и эстетический опыт, и информационный опыт представляют собой два способа синтеза разнородного, два способа работы с множественностью различных и зачастую противоречивых содержаний. Принципиально также то, что появление и эстетики как отдельной дисциплины, и просветительского проекта, делающего акцент на распространении знаний – распространении, возможном благодаря унифицирующей форме информации (например, в виде газет или энциклопедий), – приходится на один и тот же культурно-исторический период. Данное обстоятельство позволяет рассматривать и эстетический опыт, и информационный опыт в качестве феноменов Нового времени. Синтез и обработка разнородного, явленные в означенных модификациях, вероятно, стали ответом на потребность совладать с разрастающейся множественностью, сложностью и противоречивостью содержаний человеческой жизни на позднем этапе развития человеческой культуры, в которой многообразие жизненных содержаний становилось все труднее свести к какой-либо одной истине или одному дискурсивному полю.

Ключевую роль в становлении феномена информации в качестве гомогенизирующей формы, обусловившей возможность современного информационного опыта, сыграло изобретение книгопечатания [3]. Распространение газет, развитие радио, телевидения и интернета есть конкретные формы воплощения логики информатизации. Как утверждает Р. Капурро, смысл понятия «информация» в Новое время лишается тех утяжеляющих метафизических и педагогических коннотаций, которые были свойственны ему в предыдущие эпохи, и «сводится к передаче знаний о мире» [4, р. 130]. Информация становится формой, максимально безразличной к своему содержанию и претендующей лишь на одно – обеспечить передачу сообщения.

Благодаря становлению чистой формой информация оказывается способной к небывалому доселе синтезу разнородного. Этот синтез осуществляется по принципу перечисления через запятую или рядоположения. Формальность информации, включенная в информационный опыт, однако, становится принципиальным содержанием жизни современного человека. Современное потребление информации – это еще и потребление в качестве само собой разумеющегося обеспечиваемого ей синтеза разнородного, согласие оперировать одновременно новостями из области политики, искусства и спорта, деловой перепиской и дружеским общением. Современный информационный опыт есть опыт постоянного мельтешения, смешивания, перемещения от одного к другому. Как замечает в этой связи В. Вельш, «люди сегодня <...> становятся номадами <...>. Мы начинаем двигаться взад и вперед между различными формами реальности, как если бы это было естественным» [5, р. 186].

Эстетический опыт также представляет собой своего рода форму номадизма, пробегания и охвата различных элементов, содержаний и феноменов. Синтез разнородного начинается уже на уровне того, что во многих современных эстетических теориях именуется эстетическим восприятием, мыслимым в качестве способности, имеющейся у каждого из нас. Так, Б. Нанэй определяет специфику эстетического восприятия через сочетание концентрации и расфокусировки: «Наше внимание сфокусировано на воспринимаемом объекте, но оно оказывается распределено среди целого множества его характеристик» [6, р. 13]. Сходным образом рассуждает М. Зеель, утверждая, что «эстетическое появление объекта есть *игра его появлений*» [7, р. 37], где под появлениями подразумеваются воспринимаемые нами качества объекта. В результате «эстетически воспринимаемый объект являет себя в постоянном изменении» [8, р. 27], поскольку свободное взаимодействие его качеств в каждый момент времени дает новое, уникальное сочетание и его уникальный эффект. В эстетическом опыте, однако, синтезируются не только непосредственные характеристики эстетического объекта: в синтез включается также весь комплекс душевных переживаний, рождающихся у реципиента (ассоциации, реминисценции, эмоции, мысли, оценки и т. п.), набор которых у каждого человека и в каждый момент времени уникален.

Эстетический опыт как особый регистр опыта всегда предполагал синтез множественности элементов, однако лишь в Новое время он раскрепощается в качестве субъективного опыта, мотивированного ценностью уникального. Эстетический опыт становится опытом, легализующим уникальные, субъективные переживания, одновременно оказываясь регистром, обладание которым даровано каждому. Именно в таком виде И. Кант полагает эстетическую способность, наряду с познанием и этикой, укорененной в самой структуре субъекта, отмечая ее парадоксальное

«притязание на субъективную всеобщность» [9, с. 49] (в связи с чем «о вкусах можно спорить (хотя и не диспутировать)» [10, с. 180]),

Как эстетический опыт имеет право быть уникальным, так и произведения искусства должны отныне конструироваться таким образом, чтобы уникальность эстетического опыта провозгласить, отсюда – характерная для новоевропейского искусства ценность новизны и оригинальности, понятой как неповторимость, и порывание с предшествующими образцами (а вовсе не следование им), достигающее апогея в искусстве авангарда XX в. Произведение искусства оказывается материальным субстратом, в котором посредством работы с ним увековечивается уникальный синтез разнородного.

Информационный опыт и эстетический опыт, таким образом, оказываются схожи в их заряженности на синтез разнородного и, более того, на неограниченную широту такого синтеза. И в том и в другом случае практикуются уникальные и неожиданные сочетания, включающие в себя элемент случайности. Тем не менее, несмотря на наличие важных формальных сходств, между информационным опытом и эстетическим опытом могут быть обнаружены существенные отличия, причем настолько принципиальные, что, на наш взгляд, они обуславливают своего рода противостояние между этими двумя видами опыта – противостояние, достигшее в современном мире принципиальной остроты.

В общем приближении наш тезис будет состоять в следующем: эстетический опыт, как правило, энергетически заряжен и воодушевляет реципиента, тогда как информационный опыт, воплощающийся в форме информационного потребления, энергию, скорее, не пробуждает, но подавляет. Если эстетический опыт как опыт синтеза разнородного, сохраняя в себе краски феноменов, синтезированных в нем, дарит ощущение свежести и прилива сил, то информационный опыт как опыт информационного потока, синтезирующего разнородное, словно смешивает все многообразие мира в один синтетический цвет, в результате чего информация, которая потенциально являлась источником интереса и энтузиазма, начинает вызывать либо скуку и пассивность, либо тревогу и стресс.

Способность эстетического опыта придавать силы и воодушевлять отмечали многие теоретики. Некоторые из них рассматривали это свойство эстетического опыта в качестве одной из главных его отличительных черт. Например, с точки зрения Дж. Дьюи, эстетический опыт главным образом и характеризуется тем, что «в нем мы чувствуем себя “наиболее живыми” и наполненными благодаря активному, наполняющему вовлечению всех человеческих способностей (чувственных, эмоциональных и когнитивных), вносящих в него вклад как в интегративное целое» [11, р. 33]. Именно на вызывание подобного опыта нацелены произведения искусства, благодаря которым, по выражению Дж. Стайнера, вступает в бытие «энергетически заряженная и значимая форма» [12, с. 67].

Информационный опыт в противовес эстетическому ведет к подавлению человеческих эмоций. Казалось бы, информация представляет собой пустую форму, универсальную упаковку для передачи любого содержания, и если содержание по своей сути носит воодушевляющий характер, то информация не может его заглушить. На практике, однако, выходит иначе. Воплощаясь в форме информационного синтеза, информационный опыт передает человеку «заряд» нейтральности и равнодушия к содержанию, а зачастую и вовсе отвращает от него.

Парадокс информационного опыта проявляется еще и в том, что, обладая синтетическим пресным вкусом, для привыкших к нему он оказывается тем не менее привлекательнее, нежели вкус непосредственного контакта с реальностью. Информационный опыт неинтересен, как потерявшая вкус жевательная резинка, но все прочее по сравнению с ним оказывается еще меньше интересно. Данный парадокс особенно отчетливо проявляется в поведении современных детей, которые крайне болезненно переживают разлуку с экранами своих смартфонов и необходимость обращения к реальному миру, выполнения школьных заданий и прочих действий, требующих концентрации на чем-то одном в течение продолжительного времени.

Для того чтобы заинтересоваться чем-либо, необходимо сфокусироваться на предмете и на какое-то время увлечься им. Современный человек утрачивает вкус увлеченности как таковой и, погружаясь в информационный опыт, практикует увлеченность «не-увлеченностью». На эмоциональном уровне обильный информационный опыт ведет к повышению стресса и раздражительности [13], однако «возвращение к реальности», которое могло бы дать успокоение, воспринимается как нечто еще более болезненное.

Второе принципиальное различие между информационным опытом и эстетическим опытом заключается в том, что первый, несмотря на свою широту и потенциальную бесконечность гиперссылок, формирует образ имманентного, или одномерного, мира, тогда как в эстетическом опыте одномерный мир является лишь одним из измерений многомерного пространства.

Как справедливо отмечает В. Вельш, электронный мир информации, будучи «лишен вертикального различия между бытием и явлением <...> на горизонтальном уровне принципиально

открыт для изменений, мутаций и новаций» [14, р. 176], в результате чего он «может быть абсолютно плоским, но бесконечно широким» [15, р. 176]. Акценты, однако, можно расставить по-другому: будучи бесконечно широким, мир информации остается принципиально плоским миром. Информационный опыт есть опыт постоянного перехода от одного блока информации к другому, но он подобен движению по плоскости, где возможны перемещения влево и вправо, но где невозможно подняться вверх или опуститься вниз.

Совсем иначе переживается эстетический опыт, открытый всем четырем измерениям. Новоевропейский эстетический опыт в структуре новоевропейского опыта бытия-в-мире занимает промежуточное положение между полюсами Тождественного и Иного, которые символизируют замкнутость новоевропейского субъекта на самого себя, с одной стороны, и выход за свои пределы, с другой. При этом эстетический опыт своей направленностью символизирует общий путь субъекта, связанный с выходом за пределы самого себя и поиском встречи с Иным. Не просто нахождение в пространстве между двумя полюсами, а активная устремленность от одного полюса к другому обуславливает энергетическую заряженность эстетического опыта, в связи с чем Э. Левинас, рассуждая об искусстве, отмечает его способность «перемещать субъект от смысла его существования и времени к опыту времени и существования другого» [16, р. 166].

Это означает, что новоевропейский эстетический опыт мотивирован не только ценностями красоты, прекрасного или возвышенного, а также воплощения блага или истины в чувственно-наглядной форме, но и ценностью Иного, которое заранее никак не определено. Именно на достижение переживания Иного направлен эстетический опыт как уникализующий синтез разнородного, помноженный на его уникальное субъективное испытывание со стороны реципиента, в связи с чем эстетическому опыту оказывается присуща максимальная открытость.

Наконец, еще одно принципиальное отличие – и, возможно, наиболее существенное – эстетического опыта от информационного опыта состоит в том, какую именно роль оба типа опыта отводят собственно человеку и какое место человек занимает в их структуре. Эстетический опыт, хотя и неявно, всегда предполагает другого человека и отсылает к нему, тогда как информационный опыт, напротив, увлекает человека в бесчеловечную сферу информации, множасьейся по своим собственным законам.

Поскольку мы (вслед за современной эстетикой) не ограничиваем эстетический опыт сферой искусства, то утверждение о том, что эстетический опыт в той или иной степени всегда предполагает другого человека, может показаться странным. Каким образом другой человек присутствует в созерцании природного пейзажа или «света заходящего солнца на кухонном столе» [17, р. 2]? За ответом позволим себе вновь обратиться к философии Левинаса, направленной на демонстрацию того, что в современном мире встреча с Иным немислима без встречи с другим человеком.

В чистом виде встреча с Иным, с точки зрения Левинаса, оказывается дана в ситуации явления другого человека в качестве Другого – ситуации, через которую Левинас определяет смысл и возможность этики. Для характеристики способа явления другого человека в качестве Другого Левинас использует понятие Лица – понятие, сочетающее в себе смыслы предельной открытости, обнаженности, наготы, с одной стороны, и ускользания от репрезентации вследствие того, что, воплощая собой предельную открытость и обращение, «в определенном смысле, оно слишком слабо» [18, р. 88], с другой.

В случае с эстетическим опытом как опытом поиска Иного речь идет не о чистом опыте встречи с Иным, а, скорее, о его обещании, его желании, а также о реализации этого желания посредством создания символа Иного, которым становится эстетический объект. Эстетический опыт оказывается опытом «вызывания и явления Лица как первого значения и истока любой другой сигнификации» [19, р. 166]. Таким образом, эстетический опыт, даже если он не связан с портретной живописью и искусством вообще, структурно синтезирует в свое содержание реальность другого человека (в качестве Другого). Это означает, что эстетический опыт – даже в случае, если он переживается как погружение в «космические» и нечеловеческие измерения, – несет в себе оттенок человеческого тепла (и/или человеческого холода), присутствия другой души, одновременно далекой и близкой. Это также объясняет желание разделить эстетический опыт (например, созерцание красивого пейзажа или восхищение каким-либо произведением искусства) с другим человеком.

Информационный опыт, напротив, не только не предполагает другого человека, но стремится устранить его – даже в том случае, если речь идет об электронном общении с самыми близкими людьми. Эстетический опыт направлен в сторону человека и «вспоминает» о нем, информационный опыт направлен прочь от человека и «забывает» его. Человека и человеческое, для которого характерна ценностная иерархия и выбор, в информационном опыте вытесняет нейтрально-онтологическая интонация утверждения существования тех или иных единиц информации (информирование).

Идеалом развития информации и информационного опыта является так называемый датаизм, согласно которому человечество является системой обработки данных, на смену которой может и должна прийти более совершенная система, после чего человек окажется «отработанным материалом». Как рассуждает в этой связи Ю. Харари, «если человечество и впрямь является единой системой обработки данных, то каков ее конечный продукт? Датаисты скажут, что таковым станет новая, еще более эффективная система обработки данных под названием Интернет Всех Вещей. Как только эта миссия человечества будет выполнена, Homo Sapiens исчезнет» [20, с. 445–446].

На наш взгляд, однако, датаизм есть не только причудливая концепция, но и реальный процесс, в ходе которого информация постепенно поглощает человека и растворяет его в себе, делает его своим придатком. Датаизм есть то, к чему начинает все больше и больше сводиться неконтролируемый и хаотичный информационный опыт. В контексте датаизма существование человека становится таким же нейтрально-онтологическим фактом мира, как и все прочие факты. Образ «Интернета Всех Вещей» есть не что иное, как доведенный до совершенства фантазм об универсальном синтезе всех элементов мира, который, однако, может быть осуществлен ценой превращения человека в единицу информации.

Подводя итоги всему сказанному, необходимо подчеркнуть, что, несмотря на наличие яркого формального сходства, информационный опыт и эстетический опыт, скорее, противоположны друг другу и противостоят друг другу. И информационный опыт, и эстетический опыт являются модусами синтеза разнородного. Информационный опыт, однако, есть опыт механического и нейтрализующего синтеза. Информации все равно, существует ли большая любовь, равнодушие или большая ненависть – обо всем она готова сообщать нейтрально-онтологическим тоном в формате новостной строки.

Эстетический опыт есть, напротив, творческий синтез разнородного, каждый раз оживляющий ценностное измерение человеческого бытия. Каждый акт синтеза не нейтрален, каждой уникальной констелляции разнородного эстетический опыт сообщает свою неповторимую ценность. «Важно, что существует эта уникальная констелляция, это не нейтральный факт», – утверждает эстетический опыт. Эстетический опыт в не меньшей мере, нежели этическое отношение, раскрывает ценностное измерение бытия, в котором не все равно, что есть, а чего нет, и в котором не все, что есть, равно между собой.

В чем же следует искать причины того, что повседневный информационный опыт оказывается все больше опытом механического синтеза, угнетающего человека, если изначально информация, с точки зрения ряда исследователей, есть чистая форма энергетического заряда, или, если сказать более научнообразным языком, «различие, производящее различие» [21, р. 459]? Погружение в мир, который полностью выстроен по принципу различий и в котором нет ничего, кроме различий, оказывается опытом угнетения способности различать и ценить как способности человеческой души. В этом состоит принципиальный урок информационного опыта, который, на наш взгляд, требует своего дальнейшего осмысления.

Универсальность информации приводит в современном мире к ее проникновению в самые разные сферы человеческой жизни, в том числе и в сферу эстетики. Информатизация и дигитализация проникли в области традиционного искусства, заменив живые концерты «скачиванием треков», а также породили новые направления – digital art, нет-арт и т. д. Возможно, необходимо и противоположное движение – эстетика как теория восприятия, открытости миру и как практика творческого синтеза, предполагающего человека во всей полноте его личности, должна стать основанием для информационного опыта, отличного от того, каким он становится сейчас, чтобы вернуть человеку возможность испытывать энергетический заряд информации, который она изначально в себе содержит. Восприятие энергии, заложенной в информации, не есть дело самой информации. Понимание этого обстоятельства, однако, должно привести к усилиям со стороны человека, направленным на переосмысление повседневного информационного опыта и его трансформацию.

Ссылки:

1. См.: Радеев А.Е. История понимания эстетического опыта: основные подходы // Научное мнение. 2015. № 15. С. 46.
2. Information Experience: Approaches to Theory and Practice / ed. by C. Bruce, K. Davis, H. Hughes, H. Partridge, I. Stoodley. Bingley (UK), 2014. 368 p.
3. См.: Маклюэн М. Галактика Гутенберга: Становление человека печатающего / пер. с англ. И.О. Тюриной. М., 2005. 496 с.
4. Capurro R. Past, Present and Future of the Concept of Information // TripleC: Cognition, Communication, Co-operation. 2009. № 7(2). P. 125–141.
5. Welsch W. Undoing Aesthetics / trans. by A. Inkpin. L., 1997. 224 p.
6. Nanay B. Aesthetics as Philosophy of Perception. Oxford, 2016. 240 p.
7. Seel M. Aesthetics of Appearing. Stanford, California, 2005. 242 p.
8. Ibid. P. 27.
9. Кант И. Сочинения: в 8 т. Т. 5. М., 1994. 414 с.

10. Там же. С. 180.
11. Shusterman R. The End of Aesthetic Experience // *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. 1997. Vol. 55, no. 1. P. 29–41.
12. Цит. по: Гумбрехт Х.У. Производство присутствия: Чего не может передать значение / пер. с англ. С. Зенкина. М., 2006. 184 с.
13. См.: Mark G., Gudith D., Klocke U. The Cost of Interrupted Work: More Speed and Stress // *CHI 2008: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. Florence, Italy, April 5–10, 2008. P. 107–110.
14. Welsch W. *Op. cit.* P. 176.
15. *Ibid.* P. 176.
16. Albertini F.Y. The Language of the Meeting with the Other and the Phenomenology of Eros. Traces of Aesthetic Thinking in the Philosophy of Emmanuel Levinas / Hansel J. (ed.) // *Levinas in Jerusalem: Phenomenology, Ethics, Politics, Aesthetics*. Amsterdam Studies in Jewish Philosophy, 2009. Vol. 14. P. 157–170. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-6248-3_10.
17. Nanay B. *Aesthetics: A Very Short Introduction*. Oxford, 2019. 144 p.
18. Levinas E. *Otherwise than Being, or Beyond Essence*. Pittsburgh, Pennsylvania, 1998. 253 p.
19. Albertini F. *Op. cit.* P. 166.
20. Харари Ю.Н. *Номо Деус. Краткая история будущего*. М., 2018. 496 с.
21. Bateson G. *Steps to an Ecology of Mind*. N. Y., 1972. 545 p.

Редактор, переводчик: Сергейчик Людмила Ивановна