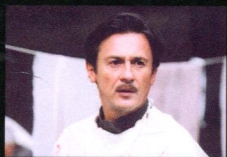
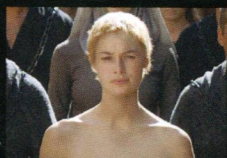


Екатерина  
Сальникова

визуальная  
культура  
в медиасреде



**Екатерина Сальникова**

# **визуальная культура в медиасреде**

**современные тенденции  
и исторические экскурсы**

**Прогресс-Традиция  
Москва 2017**

ББК 71.0  
УДК 70  
С 16



Издание осуществлено при финансовой поддержке  
Российского фонда фундаментальных исследований  
по проекту № 17-04-16020, не подлежит продаже

Рецензенты:  
доктор философских наук Е.В. Дуков;  
доктор философских наук О.А. Кривцун

**С 16 Сальникова Е.В.**

Визуальная культура в медиасреде. Современные тенденции  
и исторические экскурсы. — М.: Прогресс-Традиция, 2017. — 552 с., ил.

ISBN 978-5-89826-496-3

В данной книге речь идет о медийной городской среде наших дней, о ярких явлениях кино, анимации, телевидения и интернета, в частности видеоблогерства. Рассматривается история визуальной культуры в ее взаимосвязи со зрелищной и повседневной культурой. Автор представляет концепцию того портрета современности, который стихийно очерчивается в визуальном творчестве рубежа двух тысячелетий. Лейтмотив многих глав — взаимоотношения современного человека со временем. Книга адресована искусствоведам, культурологам, социологам, специалистам по визуальной и массовой культуре, антропологам медиа, информационному обществу, урбанистике, а также студентам гуманитарных вузов и всем тем, кто интересуется смысловым полем современного мира.

УДК 70  
ББК 71.0

ISBN 978-5-89826-496-3

© Е.В. Сальникова, 2017  
© С.А. Горшков, обложка/вклейка, 2017  
© Прогресс-Традиция, 2017

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение</b> .....	8
О методах и ракурсах исследования.....	9
Предвидения в искусстве XX века .....	22
Медийный бум .....	32
Интернет и время. От общества потребления к обществу пользования.....	49
 <b>Раздел I</b>	
<b>Современная медийная среда</b> .....	61
Ситуация повседневного многомирия.....	61
Средово-ландшафтная коммуникация.....	68
Локально-информационная коммуникация.....	71
Альтернативно-дублирующие коммуникации .....	73
Культурно-регламентационная коммуникация .....	77
Телевизионная трикстерская коммуникация.....	86
Глубинная личностная коммуникация .....	90
Селфи. На пути к «интимной» коммуникации .....	95
«Интимная» коммуникация.....	98
Типичные ситуации междуэкранной среды .....	114

## Раздел II

### К предыстории современной медийной среды

#### и экранных миров ..... 120

Судьбы «общего социального тела»  
в Новое и Новейшее время..... 120

Магическая фактура цифрового иллюзионизма ..... 146

От мизансцены «рабочего стола» – в бесконечность..... 162

Предыстория экранной динамики. Процессии..... 185

«Археология» линейки телевизионных программ ..... 199

## Раздел III

### Саморефлексия массмедиа в экранных произведениях..... 217

Телевизионная магма ..... 217

Киномиф души и разума ..... 219

*ОБРАЗЫ ДУХОВНО-ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ИНДИВИДА..... 222*

*ОБРАЗЫ ЭЛЕКТРОННОГО ПРОСТРАНСТВА ДУШИ И РАЗУМА ..... 244*

Интернет-измерение души. Эмотиконы и аватары..... 249

Медиа в объективе кино. Среда, техника и ее герои ..... 259

*КАМЕРА, Я СЛЕЖУ ЗА ТОБОЙ! ..... 261*

*«БЫТЬ ЗНАМЕНИТЫМ...» ДОКТОР ЖИВАГО*

*НА ФОНЕ ДОКТОРА УОТСОНА И ЕГО ДРУГА ШЕРЛОКА ..... 264*

*В ЛИЧНОМ ПАРТНЕРСТВЕ С МАССМЕДИЙНОЙ ТЕХНИКОЙ ..... 279*

*ДРУЖБА В ТЕНИ БИЗНЕСА ..... 285*

*МИФ О ВСЕВЛАСТИИ. КОМПЬЮТЕРНЫЕ ГЕНИИ,  
КОМПЬЮТЕРНЫЕ ЗЛОДЕИ ..... 289*

*СКРОМНЫЕ ЗАСЛУГИ МАССМЕДИА ..... 297*

*КРИТИКА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ ..... 300*

*МЕДИАДРАМА. «СКРЫТОЕ» МИХАЭЛЯ ХАНЕКЕ,*

*«ШАПИТО-ШОУ» СЕРГЕЯ ЛОБАНА ..... 302*

*МЕДИА И ВОЙНЫ ..... 308*

*МАССМЕДИА НА СЛУЖБЕ ПОЛИТИКИ,  
ПОЛИТИКА НА СЛУЖБЕ МАССМЕДИА ..... 318*

*ПРОГНОЗЫ И ОЦЕНКИ МЕДИА ОТ КИНОФАНТАСТИКИ ..... 326*

## Раздел IV

### Лейтмотивы экранных произведений.

Саморефлексия современности .....	342
Телемагма как транслятор моделей социализации .....	342
Мировидение кино рубежа столетий .....	347
<i>ВРЕМЯ: УСКОРЕНИЕ, ЗАМЕДЛЕНИЕ ИЛИ РАСШИРЕНИЕ?</i> .....	352
<i>КОНЕЦ СВЕТА ДО И ПОСЛЕ МИЛЛЕНИУМА</i> <i>(От «ЖЕРТВОПРИНОШЕНИЯ» к «МЕЛАНХОЛИИ»)</i> .....	365
<i>МЕЖДУ ДВУХ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ МАШИН</i> .....	392
<i>В МИНУТУ ЗЛУЮ ДЛЯ НЕГО... «МЮНХЕН» СПИЛБЕРГА</i> .....	401
<i>ЦЕННОСТИ ВЫЖИВАНИЯ. ТРИЖДЫ УТОМЛЕННЫЕ СОЛНЦЕМ</i> .....	407
<i>ПРАХ ВЛАСТИ. «БУНКЕР», «ТЕЛЕЦ», «ХРУСТАЛЕВ, МАШИНУ!»</i> , <i>«ТРУДНО БЫТЬ БОГОМ»</i> .....	414
<i>ПРЕВОСХОДСТВО ЧЕ</i> .....	425
<i>ПРАВО ПРИГОВОРЕННОГО</i> .....	430
<i>ТРУДНО НЕ БЫТЬ БОГОМ</i> .....	446
<i>РЕФОРМА СВЕРХЧЕЛОВЕКА</i> .....	453
<i>БОНД, ВСЕСИЛЬНЫЙ И УЖАСНЫЙ</i> .....	465
<i>ПОРА НЕ БЫТЬ БОГОМ. «СОЛНЦЕ» СОКУРОВА</i> .....	473
Интернет. Культура неотцензированного большинства .....	477
<i>ОТКРЫТАЯ ФОРМА:</i> <i>ПОПУЛЯРНЫЕ ЖАНРЫ И ТИПЫ ВИДЕОБЛОГЕРОВ</i> .....	478
<i>ОБРАЗЫ КОМПЬЮТЕРНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ</i> .....	492
<i>НАРЦИССИЗМ ТРУДОГОЛИКОВ</i> .....	496
<i>ГИБРИДНЫЕ ВИДЕОФОРМЫ</i> .....	509
<i>ЗАКРЫТАЯ ГИБРИДНАЯ ФОРМА. ЭПОХА КУКОЛЬНЫХ ВИДЕОСПЕКТАКЛЕЙ.</i> <i>«РОМЕО И ДЖУЛЬЕТТА» И «ДИТЯ ВРАГА»</i> .....	514
Некоторые итоги .....	533
Список иллюстраций .....	538