

Е. А. Иваненко
М. А. Корецкая
Е. В. Савенкова

YouTube: метромедиа́льное тело в анатомическом театре

Бобэоби пелись губы,
Вээоми пелись взоры,
Пиээо пелись брови,
Лизээй — пелся облик,
Гзи-гзи-гзэо пелась цепь.
Так на холсте каких-то соответствий
Вне протяжения жило Лицо.

В. Хлебников
<1908–1909>

«Так на холсте каких-то соответствий вне протяжения жило Лицо...» — эти строки столетней давности, как ни странно, отлично описывают специфический постсовременный тип телесности, адаптировавшийся к возрастающей мощи информационных потоков и успешно обитающий ныне в глубинах виртуального океана. Медийная среда мегаполиса, охарактеризованная авторами ранее как метромедиа́льное пространство¹, интенсивно воздействует на телесность, сообщая ей новые специфические черты, настолько своеобразные, что справедливо говорить об особой, метромедиа́льной телесности. Фрагментарное, парцеллированное, клипированное тело постсовременного человека обретает Лицо и чувствует себя как дома только в зонах со специальными условиями. За

¹ Концепт «метромедиа́льное пространство» используется авторами для обозначения особого феномена современности, а именно, сращения — вплоть до неразличимости — медиасреды и ландшафта мегаполиса. См. подробнее: *Иваненко Е. А., Корецкая М. А., Савенкова Е. В.* «Мегаполис: Левиафан с человеческим лицом» // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2009 № 1. А также *Иваненко Е. А., Корецкая М. А., Савенкова Е. В.* «Заклятье вечной молодости, или репрезентация телесности в жанре аниме» // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2009 № 2.

создание этих зон идет борьба; постиндустриальное общество раздираемо гонкой изобретения новых сфер «несущественных услуг» для привлечения большего количества потребителей. Несущественное в метромедиа́льном пространстве обретает статус насущного — удовлетворение праздного интереса, развлечение, шоу становятся способами репрезентации телесности, ее само-чувствием, единственно доступным средством подтверждения ее существования. В этом направлении работают средства масс-медиа, шоу-бизнес, PR — то есть виртуальное в самом широком смысле этого слова.

Но виртуальное вообще (и даже конкретно Интернет) слишком всеобъемлюще и внутренне разнородно, чтобы о нем можно было сказать что-то внятное без угрозы «растечься». И вот, закинув на удачу невод исследовательского интереса в виртуальную пучину, авторы данного эссе вытянули чудо морское под названием YouTube². Продолжая рыболовецкую метафору, хочется отметить: YouTube интересен не только потому, что это крупная рыба, но и потому, что это рыба-симптом. YouTube представляет собой интерактивный, подвижный архив движущихся образов. Причем, в отличие от классического архива, здесь сам порядок организуется динамикой загрузки и редактирования материалов. То, что

² YouTube — сервис, предоставляющий услуги хостинга видеоматериалов. Проект был основан в феврале 2005 года тремя бывшими работниками PayPal в Сан-Бруно, Калифорния. Они использовали технологию Flash Video (flv), позволяющую получить хорошее качество записи при небольшом объеме передаваемых данных. Слоган YouTube — broadcast yourself, что в приблизительном переводе значит «транслируй самого себя». Пользователи могут добавлять, просматривать и комментировать те или иные видеозаписи. На сайте представлены как профессионально снятые фильмы и клипы, так и любительские видеозаписи, включая видеоблоги. Благодаря простоте и удобству использования, YouTube стал популярнейшим видеохостингом и пятым сайтом в мире по количеству посетителей. В ноябре 2006 года, то есть спустя всего полтора года, была завершена покупка YouTube компанией Google за 1,65 миллиарда долларов. Самое первое видео — 18-секундный ролик любительской съемки Джаведа Карима в зоопарке Сан-Диего — на YouTube было размещено 23 апреля 2005 года. На данный момент подавляющее большинство материалов составляют именно любительские ролики.

этот медиа-проект оказался столь востребованным, позволяя отнестись к нему действительно как к симптому и задать целый ряд вопросов.

Что делает YouTube настолько популярным, на какую, собственно, потребность он отвечает или какой спрос создает? Почему пользователь упоенно инвестирует время своей жизни на размещение своего home video и просмотр таких же самодельных клипов про частную жизнь бог весть кого? Каков механизм выработки наркотической зависимости у пользователя? Что происходит с телесностью, когда она втягивается в это пространство «широкого вещания самого себя»? Что происходит со структурой зрелища при взаимной трансформации широкого вещания и, буквально, канализации³? Можно задать и более радикальный вопрос: если YouTube в определенных аспектах обладает характеристиками телесности, а этот спорный тезис мы и намерены рассмотреть, то что такое тело вообще? Конечно, вопрос в духе «что такое?» слишком метафизичен по структуре, поскольку требует в качестве ответа сущности, упакованной в дефиницию, зато искренне выражает философское любопытство.

Начнем с наиболее очевидного: попробуем предположить, кто и зачем оказывается в рядах пользователей YouTube? Причем, в данном случае «кто» производно от «зачем». Прежде всего, пользователя прельщает легкость обращения с видеоматериалами: легко найти, закачать, посмотреть, разместить и

³ Интернет предлагает нам множество вариантов вольного перевода названия «YouTube». Например: «Ты- Шланг», «Ты-Труба», «Ты-Телевизор» и даже «Ты-Труп», «Вам-Труба», «Ты-Пробка», «Ты-Туп» и «Твой-Слив». Сайт lukmore.ru услужливо сообщает, что название «YouTube» содержит игру слов. «U-tube» в переводе с американского означает «колено» — трубу в виде буквы U, канализационный отстойник, сифон. Вообще, несмотря на то, что ЖК-телевизоры практически вытеснили кинескопы с электронно-лучевой трубкой, словечком Tube в быту до сих пор называют телевизор. Если в английском слово стоит на втором месте в предложении, то это сказуемое, в таком случае «YouTube» означает дословно — «ты помещаешь что-то в телевизор», то есть ты транслируешь сам себя; без особых хлопот, не выходя из дома превращаясь в медиа-продукт. Таким образом, получаем «Ты — сам себе телевизор со сливным каналом», что соотносится с тематикой сайта, логотипом и лозунгом «Broadcast Yourself».

прокомментировать. Одним словом, пользователю легко быть пользователем. Кстати, *пользователь* в качестве одной из новых форм субъектности продолжает уже знакомый ряд производства субъекта от функции: зритель, читатель, потребитель. Специфика *пользователя*, если оттолкнуться от этимологии⁴, в том, что операции, которые он производит, должны быть максимально облегчены и ускорены. Фигура пользователя двусмысленна: с одной стороны, она ориентирована на предельную экономию времени и средств, с другой стороны, за сосредоточенной деловитостью скрывается огромная машина, работающая только для того, чтобы легонько пощекотать центр удовольствия. Отметим, что именно виртуальное пространство открывает возможности для наращивания масштабов легкости⁵.

Когда пользователь заходит в YouTube с целями поиска информации, он позиционирует себя как самостоятельного субъекта с определенным запросом, стратегией и дистанцией; он как бы управляет процессом и сохраняет свою суверенность. Но вот именно, что *как бы*. Во время поиска информации пользователь обычно «входит во вкус», оказывается увлечен и сам для себя потерян. Потому проект YouTube нельзя назвать архивом в классическом смысле, порядок которого организован таким образом, что если некто ищет точную

⁴ Ключевое слово *польза* образовано от старорусского *польга*, состоящего из частицы *po-* и корня *lyga*, значащего *легкий, легко*. Этот корень звучит также в словах *льгота, нельзя* (как отрицание *легкого*). Интересно, что в английском языке слово *user* означает как пользователя, так и потребителя, причем с оттенком дилетантизма — *юзер* использует готовые продукты, ничего особо не создавая. Не менее любопытно и то, что в рамках сленга *user* — это также еще и наркоман.

⁵ Легкость как характерная черта виртуального была отмечена ранее в статье Иваненко Е. А. «Критика виртуального разума, или Быть Джоном Малковичем» (См.: «Mixtura verborum» 2008: небытие в маске». Самара, 2008): «Легкость принципиальна для виртуального, это специфическая доля безответственности, оторванности от стандартных грузов и привязок; инъекция опьяняющей легкости творения, которая так манит субъекта. Парадоксально или, вернее сказать, характерно для европейского субъекта, но легкость достигается именно за счет чрезвычайного технического усложнения. Целые культурные конгломераты обеспечивают виртуальному его фирменную легкость».

информацию о количестве жертв Холокоста, то вряд ли сможет отклониться от траектории этого поиска в сторону количества золотых медалистов олимпиады 2000 года. В YouTube же все ориентировано не столько на архивирование и хранение, сколько на потребление, причем немедленное, сиюминутное. Принцип нового, скандального, интересного здесь царит повсюду. Главная страница YouTube или страница с результатом выдачи по поисковому запросу обязательно содержит возможность снять, так сказать, самый навар новостей. В этой кипящей мешанине пользователь движется по траектории собственного интереса, не важно — праздного или нет. И даже сама собственность на интерес здесь повисает под вопросом: мне всегда с отстраненной услужливостью предлагают то, что мне *должно быть интересно*. Отметим категоричность этого императива: Беспечно развлекайся! Инвестируй интерес! Узнай о своем желании что-нибудь новое! — такова максима проекта Просвещения в новой редакции. История складывается из того, как прочитывается твое желание. Ты должен заявить минимальный интерес, и тогда тебе подскажут много новых объектов, которые ты можешь захотеть пожелать.

В данном контексте представляется важным соотносить желание и интерес. У этих двух словечек явно разные весовые категории. Желание, с подачи лакановской версии психоанализа, превратилось в ключевой концепт постсовременной мысли, так что при анализе любого опыта трудно отделаться от всего этого комплекса либидо, нехватки, власти и Другого. В то же время, словечко «интерес», похоже, не удосужилось даже толком концептуализироваться. А напрасно, ведь вполне можно предположить, что в информационном обществе есть тенденция к тому, чтобы универсум желания сменился универсумом интереса. Интерес, по крайней мере, характеризующий современного пользователя, далеко ушел от бюргерски-протестантской прагматической трактовки: он отнюдь не всегда является практическим, чаще оказываясь досужим, и только по видимости кажется моим — это еще неизвестно, кто выступает в роли субъекта, когда я говорю, что «мне интересно...». Интерес и желание роднит некая векторность, устремленность, «направленность-на», конститутивная для субъекта, что позволяет увидеть в них наследников

(законных или нет — другой вопрос) интенции. Интерес как *inter-res* по-своему трактует гуссерлевскую максиму «Назад к вещам!», одновременно жадно и безразлично перебирая все те вещички, которые удерживают на текущий момент рассеянный луч внимания. И все. Никаких тебе судьбоносных пирожных мадлен и щек Альбертины, над которыми с феноменологической тщательностью рекомендовал работать Мамардашвили во имя экзистенциального спасения. В отличие от желания, с которым интерес, надо признать, во многом синонимичен, интерес предполагает все-таки заметное снижение эротического градуса, не говоря уже о том, что интерес точнее всего можно охарактеризовать не в терминах травмы, а через метафору неумного зуда. Учитывая также, что интерес более телесен, чем интенция, но менее плотен, чем желание, можно предположить, что он — нечто иное, как остывающее в процессе виртуального распыления «солнце» желания.

Шоу в духе YouTube предстает перед нами всякий раз заново — без сценарного плана, без линейного разворачивания, нестабильно и ситуативно. В поисках катарсиса серфинг по роликам YouTube может длиться бесконечно. Но конечный результат здесь и не нужен — важно само заполнение времени жизни интересом; важно скармливать желанию лакомые и как бы лакомые куски, не давая ему угасать, обращая в страшный бич субъекта постсовременности — скуку. Скука, порожденная скученностью пространства мегаполиса, требует развлечений, размыкания. И здесь YouTube использует самый успешный способ этого добиться — переключает внимание, а вернее, включает его в режим восприятия. Ориентированный на видео, YouTube предлагает, в конечном счете, созерцание чистого кинесиса: не надо ничего понимать — просто смотри.

Этот новый принцип зрелища порождает новый принцип публичности. Тем более что жизнь в мегаполисе и современный характер связей делают невозможной публичность в старом классическом смысле: ближних оказывается слишком много, частотность ротации в их рядах слишком велика, чтобы устанавливать и поддерживать доверительные отношения. Погруженность в равнодушное и даже агрессивное поле непосредственных социальных контактов приводит к насущной потребности дотянуться до дальнего. Масштабы мегапо-

лиса разрушают «пространство общего дела», которое было конститутивно для античного полиса и социальных моделей, построенных по его типу. YouTube позволяет создавать своего рода ситуативные полисы – сетевые сообщества – собирать *своих* для общего интереса или дела со всего земного шара. Подобные сообщества возникают и пропадают с непредсказуемостью протуберанцев на солнце, и культура непосредственных и устойчивых дружеских связей по необходимости уступает место культуре сетевых друзей (френдов, мемберов, фоловеров и проч.).

Очевидно, что пользователей YouTube интригует возможность испытания границ власти и цензуры. Например, можно запустить скандальный ролик, провокативное политическое заявление и почувствовать себя мальчишкой, который лезет в чужой сад за яблоками не потому, что хочет яблок, а из желания проверить себя в зоне риска. Руководствуясь этой логикой, зацеперы⁶ с гордостью демонстрируют свое умение снимать движущиеся вагоны метро снизу, школьники размещают в YouTube ролики, снятые на телефон, о том, как они издеваются над старой учительницей, а старослужащие публикуют видео, сообщающее всему миру, как именно они практикуют неуставные отношения. На YouTube очевидна проблема контроля: специально созданный штат работников цензуры ежедневно удаляет множество неблагоприятных роликов, и ежедневно таких роликов появляется в два раза больше. Еще бы, здесь тело представлено как *образ* тела, и в таком качестве его трудно репрессировать; имя же растворено в общей карнавальной анонимности. Плюс к тому объемы видеоматериалов и их ротация таковы, что просеивать весь поток информации в поисках самых разных нарушений – очень неблагоприятная и практически невыполнимая задача. Сильно утрируя, можно сказать, что YouTube

⁶ Зацеперы – это экстремалы, досаждающие, главным образом, городскому общественному транспорту. Например, цепляющиеся сзади за электрички во время их движения и прыгающие под вагоны метро и лежащие на шпалы не с целью самоубийства, а чтобы зафиксировать при помощи разных медиа-средств свою «необычайную крутизну».

предоставляет своим пользователям уникальную возможность публичного и при этом безнаказанного преступления.

В каком-то смысле YouTube – это пространство, в котором вуайеристы и эксгибиционисты нашли если и не друг друга, то, по крайней мере, искомое, а именно – универсальное поле для подглядывания за жизнью, включая особо пикантную возможность наблюдения за наблюдающими. Даже при беглом анализе контента особо впечатляет, что подавляющее большинство материалов – любительские съемки. Это объясняется тотальностью желания смотреть на ничтожное и транслировать обыденное: пользователю любопытны не надоевшие постановочные кадры, в избытке транслируемые телевидением, а жизнь, подсмотренная в замочную скважину телефонной видеокамеры; жизнь, застигнутая врасплох за своим неприкрашенным непосредственным течением. В этом контексте видео-образ возникает и потребляется как мгновенный срез потока повседневного существования. Желанию подсматривать комплиментарно патологическое желание рассказать о себе. Кредо пользователя может быть сформулировано так: «Ты глобально интересен!». Здесь содержится некая эмоция «спасения» – ролик, закачанный во вселенную YouTube, подобен home video, отправленному в космос. В обоих случаях имеет место капсулирование в образах собственного опыта – своего тела, своего жизненного мира – чтобы для него нашелся свидетель. Если речь идет о любительских съемках телефоном на концертах или о фиксации случайных событий на улице, то их размещают, чтобы найти свидетелей того, что *ты* был свидетелем. Тем самым, YouTube как бы выступает в качестве замены всевидящего Бога, удостоверяющего меня в моем бытии. Горизонт существующего мира и горизонт взгляда потенциального зрителя совпадают. Если радикализировать эту сотериологическую идею и взглянуть на YouTube как на бесконечный архив таких капсул, мы получим возвращение к мистической идее тела Адама Кадмона⁷. Одна из поздних, постмодернистских редакций этой

⁷ Адам Кадмон – мистическая идея Каббалы, это имя в приблизительном переводе означает «первоначальный человек». Подробно мир Адама Кадмона впервые описан Ари (Рабби Ицхак Лурья Ашкенази) в XVI веке в книге «Древо Жизни», первая часть

идеи присутствует в «Хазарском словаре» Милорада Павича⁸. Адам здесь представляет собой сакральное тело Первого Человека и одновременно всего Человечества, состоящее из букв, то есть являющееся текстом. Таким образом, каждый индивид есть не что иное, как буква, часть этого мега-тела. Потенциально тело Адама Кадмона есть, но актуально оно не собрано; более того, если проект по сборке реализуется, наступит Армагеддон. При некотором сходстве мега-тел YouTube и мистического Адама есть и ряд различий. Прежде всего, медиа-архив YouTube состоит не из букв, а из движущихся образов. Кроме того, YouTube не предусматривает никакого предзаданного целого, которое было бы разбито и которое требовалось бы склеить на манер античной статуи. Это ризоматическая структура — с отсутствующим центром, без сущности-души. Целое существует здесь виртуально, актуализируясь в ответ на стратегии запроса, то есть в перспективе интереса. К тому же это целое обнаруживается в одном ряду со своими частями как бы через запятую — каждую секунду добавляется еще некое количество элементов, и еще, и еще...

Тело, имеющее место в YouTube, — это уже не индивидуальное тело пользователя, скрюченное перед монитором, шевелящее только пальцем, выпучившее глаза и высунувшее язык от удовольствия. Это тело-процесс: процесс трансформации индивидуальных тел в потоки образов, которые конвертируются, производятся, потребляются. Еще раз поставим акцент на том, что речь идет не о телах пользователя и виртуала по отдельности, и даже не об их сумме. Скорее, это что-то принципиально новое. Мнимая преграда монитора, которая так легко воспринимается как однозначная граница моего суверенитета, оказывается плоскостью соединения час-

которой так и называется «Зал Адам Кадмон». Впоследствии образ Адама Кадмона получил достаточно широкое распространение, его отголоски можно увидеть в творчестве таких авторов, как О. Конт, В. Соловьев, Г. Майринка и др. Подробно в качестве оккультной идеи описывается, в частности, в книге Мэнли П. Холла «Энциклопедическое изложение масонской, герметической, каббалистической и розенкрейцеровской символической философии» М. : Эксмо : Мидгард, 2007.

⁸ Павич М. Хазарский словарь. СПб. : Азбука, 2001.

тей медийной телесности: интерфейс выступает как *межлицо*, условный переход между двумя видами тканей одного тела. В качестве такового он обращен не к другому (в отличие, например, от карнавальной маски), а направлен на осуществление внутренней, причем множественной коннекции. Интерфейс как раз и указывает на то, что множество пользователей взаимосвязано нелокальным образом. Однако это множество всегда остается потенциальным.

В контексте размытия границ индивидуальной телесности уместно вспомнить о *теле без органов* и об анализе работы желаящих машин, представленных в «Анти-Эдипе» Делеза и Гваттари⁹. Посмотрим на некоторые характеристики тела без органов, которые опознаваемы в YouTube. Тело без органов противостоит не органам, а организму как застывшей репрезентативной структуре. Это поле с плавающими зонами интенсивности: ситуативно тот или иной орган всплывает на поверхность, чтобы затем вновь погрузиться в безразличие, уступив место другому. В общем органы, — в нашем случае тот или иной ролик в YouTube — извлекает на поверхность монитора сила аффекта, она же и вытаскивает их обратно в бесконечный виртуальный архив. Тело без органов — не вещь, а процесс, то есть оно открыто для вариативного самоконфигурирования. Неизбежен момент, когда «нам до смерти надоедает видеть своими глазами, дышать своими легкими, глотать своим ртом, говорить своим языком. А потому неизбежен момент, когда тело, пресытившись органами, хочет их сбросить, или теряет их»¹⁰. Сходные характеристики мы видим и в YouTube. В процессе вовлеченности пользователя в лабиринт зрелища YouTube индивиду-

⁹ Конечно, авторы «Анти-Эдипа» изобрели этот концепт как обоюдоострое оружие в постструктуралистской борьбе против Маркса и Фрейда, в борьбе за освобождение желания. Однако в данном случае представляется целесообразным как бы «забыть» об этом революционном контексте и использовать концепт тела без органов как методологически удачный для анализа YouTube, не взирая на то, что Делез и Гваттари с реальностью Интернет, разумеется, не сталкивались.

¹⁰ Делез Ж., Гваттари Ф. Анти-Эдип: Капитализм и шизофрения / пер. с фр. Д. Кралечкина. Екатеринбург : У-Фактория, 2007. С. 513.

альное тело стирается в пользу то ли no-body, то ли yes-body,¹¹ представляющего собой необъятное тело интереса.

Самоконфигурирующееся коллективное тело YouTube отсылает к сходному опыту организации телесности, а именно — к карнавальной культуре. Сети Интернет вообще присущи некоторые черты карнавальности¹². К тому же о карнавальном теле вспоминают как об одном из возможных примеров тела без органов¹³. Конечно, говоря о симптоматичном сходстве, не стоит упускать из виду тот факт, что наследование предполагает трансформацию¹⁴. Виртуальный «праздник каждый день» с его чрезмерностью как-то больше напомина-

¹¹ Бессубъектное тело Никто по Слотердаюку (см. *Слотердаюк П.* Критика цинического разума. Екатеринбург : Уральский ун-т, 2001. С. 103).

¹² См. подробнее: *Савенкова Е. В.* Карнавальная составляющая виртуального общения // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Философия. Филология». 2010 № 1.

¹³ Например, см.: *Подорога В.* Тело без органов // Философия. Энциклопедический словарь под редакцией Ивина. М. : Гардарики, 2004. <http://ariom.ru/wiki/TeloBezOrganov>, дата обращения 10.08.10

¹⁴ Карнавальная культура уже достаточно далеко отстоит от архаического праздника, и здесь мы сталкиваемся с элементами отчуждения, трансформации традиционного аграрного общества в оторванный от циклического времени городской социум. В случае с карнавальным празднеством мы имеем дело с разгулом как таковым, со снятием, стиранием, прежде всего, социальных границ и табу. Ношение масок уже не отсылает нас к культу предков или исполнению ритуала, но просто решает в игровой форме вопрос снятия вины, причем правила игры или конвенциональная договоренность достаточно четко регулируют дозволенную степень недоуственности. Венецианский карнавал еще выполняет структурирующую, космообразующую функцию, но выполняет ее уже через механизмы отчуждения. В карнавале соблюдается важнейший, по мнению М. Бахтина, аспект культуры — двуми́рность. Карнавал еще не знает границы между жизнью и искусством, хотя границу между сакральным и профанным уже не поддерживает. «Карнавал не знает разделения на исполнителей и зрителей... Карнавал не созерцают, — в нем живут ...» (см. *Бахтин М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. М., 1990. С. 12). Плотность и тотальность карнавала сами по себе отрицают все то, что за пределами праздника.

ет болезненную булимия, а не жизнеутверждающее раблезианское обжорство. По сравнению с традиционным карнавалом метромедиа́льная телесность требует еще большего расширения границ и длениа праздничного зрелища бесконечно.

YouTube достаточно точно и абсолютно ненамеренно воспроизводит структуры карнавального празднества. Налицо и двуми́рность, и снятие границ и запретов, и наличие масок, и даже смеховая культура и гротеск. Но, с другой стороны, заметны принципиальные различия, касающиеся, прежде всего, статуса тела. Собственно, метромедиа́льное тело, включенное в виртуальные потоки, — это тело раз-воплощенное, не в том смысле, что оно лишено плотности, но скорее оно лишено плоти, а значит и уязвимости. Можно даже говорить об эффекте «растворенной» телесности, о трансформации тела в образ. Для карнавального же действия именно плоть, витальность, даже брутальность и преизбыток тела были принципиальной основой переживания праздничного зрелища. Карнавальное сообщество всегда чрезмерно сплоченное, шумное, разнузданное, объевшееся, упившееся и именно поэтому живое. Живость же виртуального сообщества структурирована иначе. Здесь также задействован механизм преизбытка, но это не раблезианское тело, прущее во все стороны, разворачивающее себя в праздничном действе. Скорее, речь здесь может идти о преизбытке желания, погруженного в потоки информации.

Метромедиа́льным телом движет собственный ритм, порожденный именно постиндустриальной эпохой и не знакомый традиционному обществу. Это ритм чередования скуки, праздности и развлечения, стремящийся подражать ритму праздника. Зрелище-показ YouTube, как и карнавальное действо, базируется на разнообразнейших мистификациях, театральности, инсценировке реальных и нереальных ситуаций, хамстве и эпатаже, ироничности и юморе. Оно перенасыщено шутками, остротами, каламбурами, игрой словами и образами — в общем, всем, что подчеркивает: это не унылая повседневность, но праздник жизни. Здесь мы сталкиваемся с интереснейшим феноменом: чрезмерность праздника, свойственная и традиционному карнавалу, радикализируется его постоянной незавершенностью. Пребывание в этом праздни-

ном пространстве исчерпывается лишь возможностями каждого отдельно взятого пользователя, но само пространство YouTube бесконечно, нет никакого поворотного момента времени, после которого виртуальное действие заканчивается. YouTube абсолютно равнодушен как к смене дня и ночи, так и к смене времен года; способ бытия метромедиального тела, его темп потребления и производства знаков не привязан к круговороту вещей в природе. Грубо говоря, пользователь узнает о смене времен года по сезонным распродажам в Интернет-магазинах. Маркерами времени становятся разве что изменение позиций в рейтингах, ленты активности и графики роста посещаемости.

В YouTube можно проследить не только черты карнавального действия, но и некоторые структурные элементы такого специфического явления эпохи барокко, как анатомический театр¹⁵, сформировавшегося как практика одновре-

¹⁵ Анатомический театр (лат. *theatrum anatomicum*) — это помещение, представляющее собою амфитеатр, для анатомических работ, исследований и чтения лекций. Центром помещения являлся стол для анатомирования. Первые анатомические театры появились в Италии в XV—XVI веках. Старейший анатомический театр был открыт в Падуе в 1594 году. Возникший как оплот передовой экспериментальной науки, анатомический театр быстро стал объектом праздного интереса, превратившись в специфическое явление культуры эпохи барокко: театрализованное вскрытие трупов врачами в парадных костюмах. Известный факт, что билеты на представление в анатомическом театре использовались даже как свадебный дар жениха невесте. Церемонии «анатомии» проводились как театрализованное публичное действие, сопровождаемое музыкой. Профессор торжественно зачитывал тексты Галена и Авиценны, а вскрывал трупы служитель или цирюльник. Анатомы были в парадных одеяниях, эта традиция дожила до середины XIX века. Зрителями были студенты, медики, аристократы и просто зеваки. К слову сказать, театрализация, отражающая единство практического и культурного, проявлялась не только в публичном анатомировании мертвых тел, но и в хирургии: вплоть до открытия антисептики хирурги нередко оперировали в парадных костюмах, превращая операцию в комментированное зрелище для избранной публики. Параллельно с распространением анатомических представлений по миру родился жанр иллюстрированных «Анатомий» с гравированными композициями, изображающими скульптуры из анатомированных орга-

менно познавательного и праздничного развлеченя. Причем, если карнавал в качестве смысловой модели помогал понять присущую YouTube логику потоков, то аналогия с анатомическим театром иллюстрирует логику срезов.

Анатомический театр в данном случае интересует нас как особым образом организованная практика представления тела: непристойное зрелище того, как внутреннее превращается во внешнее, органы изымаются из глубин и становятся поверхностью. Этот театр в каком-то смысле специализировался на представлении приватного (а что может быть приватнее мертвого обнаженного разъятого тела) в качестве публичного. Здесь имело место коллективное подглядывание под соусом познания, рассечение, развлечение и влечение в одном праздничном шоу. Причем, если смысловой кульминацией анатомического театра как культурного явления было формирование представления о теле как организме, то YouTube, в котором имеет место уже тело без органов, демонстрирует завершение и деструкцию органицистской модели. Поэтому симптоматично следующее различие: анатомический театр демонстрировал, что органы занимают свои законные места, предусмотренные человеческой сущностью. И для зрителя, чтобы владеть своим телом на правах субъекта, было важно узреть таящуюся сущность человеческого через предъявление органов во время анатомирования. В YouTube же «органы» (видеоролики) появляются только в процессе демонстрации вне предзаданного порядка, не говоря уже о том, что цель пользователя — не владеть собой, а развлечь себя. Здесь анатомирование производится вживую, к тому же зритель и «актер» совпадают: тело само себя как бы потрошит на подиуме и еще при этом себя разглядывает.

нов — как реально виденные, так и порожденные воображением художников. Особо хочется отметить атлас Андреаса Везалия — основоположника научной анатомии, придворного хирурга и анатома Карла V, а затем Филиппа II. В 1543 году в Базеле он издает свой главный труд «*De corpore humani fabrica*» («О строении человеческого тела»), в котором обобщает и систематизирует достижения в области анатомии. Текст книги сопровождался 250 рисунками художника Стефана ван Калькара, постоянного иллюстратора книг Везалия. Характерной чертой иллюстраций является их театрализация — препарированные тела как бы изящно заигрывают со зрителем.

Тело в YouTube существует всякий раз как вариант самого себя, причем подается оно в виде специфического препарата — схваченные в сиюминутном срезе интерфейса, все части и органы предстают разложенными по полочкам, так, чтобы легко быть доступными взгляду. Структура подачи материалов по поисковому запросу напоминает всем знакомые со школьных времен анатомические атласы, где центральный крупный объект интереса окружен выносками с пояснениями. YouTube добавляет в эту структуру процессуальность и интерактивность — любая выписка может быть активирована пользователем и, в свою очередь, стать центром структуры показа. Современное анатомирование, членение метромедиального тела как продвижение в глубь частей возможно только как путь по цепи самоподобий, фрактальных срезов, где нет ни начала, ни конца. Если раньше в анатомическом театре студенты-медики и просто зеваки смотрели на то, как в результате вскрытия тела становится больше, как увеличивается его поверхность, то теперь само метромедиальное тело смотрит на свое расчленение глазами ангажированных зрителей, причем на зрительских местах восседает весь мир.

Подводя некоторые итоги, можно сказать, что нечто принципиально важное произошло со связкой тело-образ, зритель-зрелище. Тело, как оно трактуется в современной философии, само по себе субрепрезентативно и безвидно, видимым и даже зрелищным его делает образ. Но в чем, собственно, заключается работа образа в метромедиальном пространстве? Для платонической метафизики образ как умозримый эйдос всегда был по отношению к телесности тем целым, которое не давало плоти рассыпаться на составные элементы. YouTube позволяет увидеть, что сейчас работа образа заключается, скорее, в другом. Теперь образ не объединяет, а извлекает и вычленяет. Да и сам образ — это не предзаданная целостность, а срез, кусок. YouTube характеризует особая, сетевая структура зрелища, и отсюда возникает вопрос — что происходит с самим зрелищем, когда оно становится сетевым? Поскольку визуальное потребление в сети можно охарактеризовать фразой «я есть то, что я ем», не удивительно, что меню потребительских интересов в масштабах сетевых проектов становится бесконечным. Продолжая эту метафору,

можно сказать, что пользователь-зритель обладает в потенциале гиперрастяжимым организмом с так сказать метромедиальным обменом веществ — объесться невозможно, так как нет границ сущности. Лучше всего это может быть охарактеризовано пелевинским словечком «оранус». С легкостью узнается все тот же вездесущий принцип супермаркета, все то же выстраивание себя из заранее предложенного. Пустота, необходимая для креативности, здесь отсутствует — она воспринимается как плевок в душу, словно пустая полка магазина. Любой виртуальный таблоид предлагает на выбор серии полуфабрикатов опыта, которые надо лишь подогреть в микроволновке собственного интереса. Такая легкость — несомненное достижение постсовременного субъекта, достижение, полученное вследствие отказа от самотождественности. Что приобретает взамен? Соблазн и перспективы новых отношений с собственным извечным состоянием неустроенности, субъектности. Эти отношения теперь движутся по траектории скольжения. Так вырабатывается иной способ удержания дистанции. Теперь удержать дистанцию можно только теряя ее в лабиринтах дробного и нелинейного мира медийных соответствий. К этим навыкам добавляется инъекция неуязвимости, которую даруют средства медиа и с предельной отчетливостью демонстрирует YouTube — *расчленийте меня, а я посмотрю*. Многовековая максима хлеба и зрелищ звучит отныне на новый лад — у метромедиального субъекта наличие желание жадно кормиться и засматриваться собой, производя публичное зрелище самого себя, глобальный Коллизей, который видно везде, отовсюду и постоянно. В пределе пользователь, почуяв всю мощь метромедиального тела, становится новым чудовищным Минотавром, жаждущим с имперским размахом пожрать самого себя и насладиться этим как зрелищем. Таков глобальный regretium mobile потребления/производства зрелища современной медиареальности.

Отсюда становится понятным секрет стремительного взлета YouTube, ведь все гениальное просто: Чед Хэрли сотварищи додумался дать место — хостинг — зрелищу. Вообще хостинг — это ключевое понятие для телесного в метромедиальном — предоставление емкости; емкости сервера, емкости жесткого диска, емкости памяти, емкости восприятия. YouTube

как хостинг для видеообразов — это одновременно и тело, и условие его существования: органы, которые только предстоит собрать/разобрать, и матрица для мозаики, «холст каких-то соответствий» — хаос возможностей, виртуальное. По словам Бодрийяра, «...оно (виртуальное. — *авт.*), вероятно, есть пусть и плохо осознаваемый, но зато смелый и специфический выбор самого человечества: человечество решило клонировать свою телесность и свое имущество в другой, отличной от прежней, вселенной, оно, по существу, отважилось исчезнуть как род человеческий, чтобы увековечить себя в роде искусственном, гораздо более жизнеспособном, гораздо более эффективном»¹⁶.

Виртуальный хостинг как предоставление некоей емкости влияет на самые разные сферы, даже не связанные напрямую с Интернет-медиа. Так трансформации подвергается область эстетического вообще: можно сказать, что эстетика представления замещается эстетикой представления. Актер теперь — хостер; физическое тело Ивана Сидорова предоставляется для метромедиального тела, например, для тела поп-звезды. Метромедиальное тело всегда существует напоказ, и даже физическая смерть хостера не останавливает существование медийного персонажа — образ находит (во всяком случае, может найти) себе новый хостинг и длится дальше до тех пор, пока не будет исчерпана емкость.

В каком же смысле метромедиальное тело все-таки остается телом? Во-первых, только тело может быть расчленимо, анатомируемо — все эти операции предполагают протяженность хоть в каком-нибудь смысле. О телесности можно говорить в смысле плотности, и эта плотность у YouTube есть. Она в чем-то похожа на плотность тела Архимеда в ванной: информационная емкость, занимаемая YouTube в сети. Если это тело, то живое ли оно? В пользу живости говорит то, что влечение и желание — характеристики именно живой телесности. К тому же здесь наблюдается способность быть иным, способность к росту и реагированию, иными словами, аутопойесис. Правда, интенсивное переживание своих границ, что свойственно живому телу, остается под вопросом.

¹⁶ Бодрийяр Жан. Пароли. От фрагмента к фрагменту / пер. с франц. Н. Суслова. Екатеринбург : У-Фактория, 2006. С. 32

Ведь о телесности в случае YouTube неправильно будет говорить как о части пространства, замкнутой поверхности, оно принципиально не все «здесь», хотя, безусловно, и «сейчас». В этом и состоит природа неуязвимости, «вечности» метромедиального тела. Риск, интенсивность переживания, интерес, захваченность — все эти эмоции относятся только к «сейчас», «здесь» оказывается вне зоны досягаемости, и это очень непривычный хронотоп. То есть YouTube дарует нечто, папахивающее, так сказать, нетленностью тела: прозрачные как амеба под микроскопом, срезы-скрины, каждый раз новые, неповторимые, трепещущие, — это, несомненно, признак *живого*. Причем это *живое* не нуждается в релаксации: YouTube как детище Интернета бодрствует non-stop 24 часа в сутки 7 дней в неделю, и при этом по всему миру. Когда-то Беркли задался вопросом — пахнет ли роза, когда ее не нюхают? YouTube с изяществом отвечает на этот вопрос: эту розу нюхают всегда и за это она всегда пахнет.