

# ГЛАВА 1.

## ТЕОРИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИИ

### § 1. КООРДИНАТЫ ВИЗУАЛЬНОЙ ЭКОЛОГИИ

Если возможен лучший способ для того, чтобы реальный мир включил в себя мир образов, то он потребует экологии не только реальных вещей, но также и экологии образов.

*Сьюзен Сонтаг*

За последние десятилетия можно наблюдать беспрецедентное расширение экологического концепта, что свидетельствует о повышении значимости экологической парадигмы в срезе современной эпохи: начиная от либидинальной экологии, экологии внимания до экологии субъективности и политической

экологии. Общая экологизация является важным фактором, возможно, даже ключевой особенностью нашей историчности.

Природа как предмет экодискурса, утратив онтологическую самодостаточность, превратилась в сырьевую базу для создания медиаобразов. Актуализация визуального загрязнения, опыта восприятия и коммуникации в городской среде посредством медиа открывает проблемное поле исследований новой дисциплины — визуальной экологии.

В контексте визуальной экологии образы и различные визуальные содержания рассматриваются не столько как факторы биологической, психологической или технологической конституции, но как всеобъемлющая медиальная поверхность, чей потенциал раскрывается в социальных, культурных и повседневных практиках. Это дает возможность визуальной экологии использовать понятийный и методологический инструментарий исследований, выходящих за рамки физиологии зрения, психологии или средового дизайна.

Визуальная экология — дисциплина, находящаяся на границе гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, истоки формирования которой можно обнаружить в философской доктрине экологии — *экософии*, соединившей в себе черты холистического и экологического мышления. Экософия смещает фокус экологических исследований от естественнонаучной истории животного и растительного мира к экологии как интересубъективной этике. Понятие «*deep ecology*» — «глубинная экология» (или *экософия*) — ввел в 1973 году норвежский философ Арне Нэсс. Смысл *экософии* — гармонично выстроить отношения между человеком, обществом и природой. В своем определении *экософии* как «*философии экологической гармонии или баланса*» Нэсс подчеркивает ее охранную функцию, но задача *экософии* состоит не в том, чтобы выстраивать защитные барьеры, а в том, чтобы формировать определенные ценностные ориентиры относительно этих барьеров. Сами эти

ценностные ориентиры были сформулированы А. Нэссом как «базовые принципы движения глубинной экологии», а основным таким ценностным принципом было провозглашено то, что «благоденствие и процветание человеческой и нечеловеческой жизни на Земле имеют ценность сами по себе; эти ценности независимы от их полезности для нечеловеческого мира»<sup>1</sup>.

Альтернативную концепцию экософии развивает Ф. Гваттари. Холизму природы, общества и человека он противопоставляет идею множественности. В работе «Три экологии» он утверждает необходимость рассмотрения трех видов экологии: социальной, ментальной и экологии окружающей среды — в таком взаимодействии, что невозможно отдавать идеологическое предпочтение ни одной из них<sup>2</sup>.

В этом отношении проект экософии Ф. Гваттари важен для визуальной экологии не только как источник поиска концептов, но и как ориентир в определении методологии исследования новой чувственности, которая дистанцируется от любых форм консервации. Формальная регламентация или нормирование визуальной среды чревата унификацией публичного пространства, господством стереотипной эстетики нейтральных форм. На примерах актуальных художественных проектов<sup>3</sup> мы видим, что даже мусор (в том числе и визуальный) может стать продуктивной провокацией, искрой эстетического опыта. В этом смысле нужно заниматься не уничтожением визуального мусора, а его пониманием и трансформацией в культурно значимые формы.

---

<sup>1</sup> Drengrson A., Inoue Y. The Deep Ecology Movement: An Introductory Anthology. Berkeley, 1995. P. 8.

<sup>2</sup> Цит. по: Радеев А. Е. Концепт территории и его значение для философии и эстетики // Экологическая эстетика: проблемы и границы. Коллективная монография / Под ред. В. В. Прозерского. СПб., Санкт-Петербургское философское общество, 2014. С. 112.

<sup>3</sup> См., напр.: «Искусство — это мусор»: творчество одного испанского художника / Культурология.Ру. URL: <http://kulturologia.ru/blogs/240614/20723/> (дата обращения: 13.02.2014).

Необходимость очерчивания границ визуальной экологии и определения ее проблемного поля неизбежно требует проведения диагностики социальной среды и выделения зон визуальной агрессии. Визуальное насилие еще не прописано в словарях и нормативных актах как отдельный вид насилия, но, оставаясь не отрефлексированным, оно проявляет себя как совокупность техник принуждения к смотрению, сидению и сидированию, то есть успокоению под воздействием визуальных образов. Чем меньше мы думаем о влиянии визуальных образов, тем больше мы подвержены их воздействию. С точки зрения визуальной экологии рекламу необходимо смотреть и анализировать, так как в противном случае она будет воздействовать на нас с удвоенной силой.

Возрастающий общественный интерес к проблемам визуальной экологии обусловлен необходимостью выработки новой философии существования человека в урбанизированном мире. Город является носителем образов и определенных стратегий визуальных кодов и стилистик, а также соединяет в себе аспекты организации пространства и самоорганизации проживающих в нем сообществ.

Фокусировка внимания на проблемах визуальной экологии непосредственно связана с необычайно возросшей за последние несколько лет популярностью темы урбанизма и проектирования городской среды в целом: тактический урбанизм, городские интервенции, краудсорсинг, временные проекты, мини-парки, плейсмейкинг, поп-ап кафе — эти понятия из сферы улучшения городской среды также относятся к инструментам улучшения среды визуальной и экологической<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Так, интернет-проект «Place pulse» предлагает пользователям со всего мира оценить фотографии городов, сделанных при помощи *Google View* по уровню безопасности, красоты, оживленности и др. См.: Which place looks safer? // Place pulse. URL: <http://pulse.media.mit.edu> (дата обращения: 13.02.2014).

Городская архитектура рассматривается в контексте визуальной экологии не только как пространственная диспозиция и семиотическая поверхность, но и как целостный медиакомплекс, состоящий из открытых гетерогенных элементов.

Технические инновации последнего десятилетия, в том числе развитие светодинамических систем, стали импульсом для появления медиаархитектуры — гибрида зданий и визуальных медиа. В поверхность медиаархитектуры были интегрированы световые точки, позволяющие фасаду здания превратиться в экран.

Тот факт, что архитектурные сооружения могут транслировать определенные сообщения и коммуницировать со своим окружением, не является новым для культуры. На символическом уровне сакральные постройки или величественные дворцы с незапамятных времен оказывали влияние на людей и окружающую среду. Новым является то, что городские фасады из статичной внешней структуры здания трансформировались в интерактивные поверхности, мгновенно изменяющие свой внешний облик и вступающие во взаимодействие с пространственной средой. При этом актуальным является не столько содержание, которое транслируется медиафасадом, и не то, что здание само становится визуальным медиумом. Первостепенное значение приобретает то, что архитектура участвует в формировании медиаобщества.

Городские экраны, медиальные поверхности различных величин — от небольших экранов смартфонов до огромных многопиксельных полотен, покрывающих фасады небоскребов, становятся объектами новой урбанистической парадигмы, описывающей слияние физического и медиального пространства, в результате которого появляется так называемое «герцевое» («hertzian») или «гибридное», «смешанное», «расширенное», «стереоскопическое» пространство.

В медиальной архитектуре пользователи и горожане зачастую играют более значимую роль, чем архитекторы и проекти-

ровщики. Главная задача дизайнера состоит лишь в том, чтобы создать открытое интерактивное урбанистическое медиапространство. В популярном берлинском проекте «Blinkenlights» (2001)<sup>1</sup> был создан ряд инструментов, с помощью которых пользователи могли загружать и транслировать простые образы, анимацию и так называемые «Love Letters». После фильтрации редакционной командой нежелательных сообщений, можно было активировать свое сообщение по SMS в желаемое время. Подобного рода проекты («Clickspace», «Marnix», «The Cloud») задают свежие импульсы для активации городской жизни, но не всегда их можно назвать настоящими интервенциями в городское пространство. Все чаще более «жизнеспособными» становятся проекты корпоративной социальной ответственности, которые щедро финансируются глобальными корпорациями, использующими свой бренд в популяризации таких общественных ценностей, как толерантность или устойчивое развитие<sup>2</sup>. Однако нередко медиафасады из-за вмешательства менеджеров по маркетингу, которые пытаются максимально эффективно использовать возможности медиапространства, кажутся перегруженными и визуально неэкологичными.

По мнению Юхани Палласмаа — современного финского архитектора и виднейшего гуманиста в архитектуре нашего времени, — всякое подлинно человеческое восприятие полисенсорно<sup>3</sup>. Отказ от однотипных конструкций из пластмассы и замена их кривыми бревнами при проектировании детских площадок — яркий пример воплощения принципов визуальной экологии. Большинство детских площадок в России

---

<sup>1</sup> Проект «Blinkenlights». URL: <http://blinkenlights.net/blinkenlights> (дата обращения: 13.02.2014).

<sup>2</sup> См.: *Von Borries F., Walz S. Space Time Play: Synergies Between Computer Games, Architecture and Urbanism. Birkhäuser Verlag, Basel, 2007.*

<sup>3</sup> См.: *Pallasmaa Y. Hapticity and Time. Discussion of haptic, sensuous architecture // The Architectural Review. 2000. № 5.*

однотипны, привлекают взгляд яркими «кислотными» цветами и глянцевым оттенком пластмассы, отсылая к эмблеме *McDonald's*. В отличие от современных серийных российских площадок немецкие, например, делают нарочито кривыми, из дерева и экологичных материалов, повторяя природные линии. Строительство таких площадок гораздо сложнее и затратнее и требует более высокой квалификации создателей, чем строительство из прямых подготовленных деталей. Такие детские площадки вызывают не только интерес визуального эколога, но и понимание горожан того, что власти заботятся и о безопасности досуга, и об эстетическом и экологическом воспитании молодого поколения.

Дворовая территория сегодня также представляет собой зону самоорганизации, которая может стать базовой площадкой публичной гражданской ответственности. Дворовый *trash-art*<sup>1</sup> — лишь одно из многих проявлений этой ответственности. Его нельзя отнести исключительно к агрессии. Это крик о существовании неудовлетворенных потребностей в малой архитектурной форме и попытка маркировать соразмерные человеку зоны.

В заключение стоит подчеркнуть, что визуальная экология — это не просто новая модель описания измененного визуального ландшафта, а практика и инструмент социального взаимодействия в современной медиасреде по организации комфортного визуального пространства. Поэтому в задачи визуальной экологии входит выработка продуктивного системного взгляда на изменения визуальной среды и организация стратегий сборки новых форм сообществ и политик, в том числе через создание и рефлекссию медиаобразов, способных сгладить противоречия между техническим и природным.

---

<sup>1</sup> Об этом подробнее см.: *Алексейчик О. А.* Дворовый *trash-art*: зоны визуальной агрессии. URL: <http://culturalnet.ru/f/download.php?aid=141> (дата обращения: 13.02.2014).