

Адрес статьи / To link this article: <http://cat.itmo.ru/ru/2024/v9-i1/467>

**Франк Хартманн. Голубая планета. Как изображение при взаимодействии техники и культуры обуславливает глобальное сознание. К происхождению визиотипа (перевод с немецкого)**

Н. А. Романов

Независимый исследователь, Россия

Перевод выполнен по изданию: Hartmann F. Der Blaue Planet. Wie ein Bild im Zusammenspiel von Technik und Kultur das globale Bewusstsein prägte. Zur Genese einer Visiotype // Recherche. 4/2009 (Online 05. Oktober 2019). URL: <https://www.recherche-online.net/texte/frank-hartmann-der-blaue-planet/>

**Аннотация.** Франк Хартманн рассматривает влияние на глобальное сознание и восприятие универсума фотоснимков Земли из космоса, которые появились благодаря космическим программам во второй половине XX века. С помощью изучения этих изображений демонстрируется как может осуществляться генезис визиотипов, и каким образом они могут оказывать воздействие на формирование культуры и планетарного сознания в условиях безграничной всемирной коммуникации. Проводится анализ манипулятивных практик по трансформации фотографических снимков Земли в целях создания «каноничного» образа нашей планеты для потребления и использования в массовой культуре. Приводятся примеры использования мотива изображения голубой планеты в качестве визуального символа нового глобального мышления и повышенного внимания к экологическим проблемам. Демонстрируется, как режимы видения действительности через оптические медиа способствуют производству новых визиотипов для использования в качестве образов и символов (День Земли, каталог «Вся Земля» и документальный фильм «Неудобная правда»). При изучении медиакультуры Франк Хартман предлагает уделять внимание материальной эстетике и «смотрению» в процессы рождения новых медиатехнологий, а также культуре применения / использования феноменов медиа.

**Ключевые слова:** медиафилософия, медиакультура, визуальная культура, техника, фотография, изображение, визиотип, стереотип, образ, символ

Кто не знает изображение земли с космической перспективы — необычная фотография голубой планеты, которая оказала глубокое воздействие на наше мировоззрение. *Life Magazine* причисляет это изображение к 100 фотографиям, оказавшим влияние на изменение мира. Это одно из тех изображений, которые не требуют кодирования, следовательно, сразу же понимаются каждым. Его послание однозначно и планетарно: оно наглядно показывает хрупкое человеческое существование на Земле среди чёрной пустоты.

Именно поэтому оно стало центральной иконой экологического сознания. Естественно, изображение земли украшает обложки соответствующих публикаций (например, Альберта Гора), и вообще охотно применяется, когда каким-либо образом должна упоминаться экология. От ужасающего апокалиптического сценария климатического кризиса как раз неотделимо изображение свободно плавающей Земли во Вселенной. Речь идёт о признаках самым тщательным образом технологизируемой культуры и вместе с тем презентации картины мира, которая, перефразируя Хайдеггера, приводится как *покорение мира как картины, как конструкта опредмечивающего представления*. Однако как появилась «Astronaut Photography AS17-148-22727», и как из этого получилось, пожалуй, самое распространённое изображение: фотография голубой планеты, этот визуальный стереотип глобализации?

## Глаза Бога

В современности технические инструменты радикально меняют человеческое зрение: очки и подзорная труба, телескоп и микроскоп, фотоаппарат и кинокамера. Режим оптических медиа формирует видение, которое само всё больше и больше становится частью техники. Вспомним хотя бы о популярных «моментальных снимках» скоплений галактик и звёздных туманов, которые телескоп *Hubble* отправляет из космоса на Землю. Подобные визуализируемые абстракции разыгрываются, разумеется, в масс-медийном дискурсе, они обуславливают наше восприятие универсума. Всё так, словно можно было бы действительно рассмотреть универсум, как будто сделанные в течение недель и месяцев на компьютере изображения, на которых можно увидеть миллиарды галактик, не безнадежно предъявляли бы чрезмерные требования человеческому разуму и силе воображения. А что, собственно, можно там увидеть?

Новые инструменты, такие как гигантский зеркальный телескоп Уильяма Гершеля, сделали доступными мир неподвижных звёзд и открывали, таким образом, космическое пространство для человеческого представления. Около 1840 года стало возможным получить достоверные сведения о расстояниях до отдалённых неподвижных звёзд. Предполагаемый размер универсума всё больше увеличивался, огромные расстояния рассчитывались с помощью новых наблюдений. Земля всё больше терялась в бесконечной обширности Вселенной. Однако с улучшением аппаратов, которые могли распознать находящиеся на сто тысяч световых лет назад объекты, было видно не их настоящее, а более раннее состояние. Так Александр Гумбольдт размышлял в своих лекциях о космосе (1827–1828): «Вид звёздного неба преподносит неодновременность».

Так едва ли кого удивит анонимно опубликованный в 1846 году трактат «Небесные тела и мировая история», с которым некий доктор Феликс Эберти поставил мысленный эксперимент: наблюдатель на отдалённых созвездиях может видеть Землю в прошлом. Если бы мы могли, чисто теоретически, занимать любую точку наблюдения и также её менять, тогда бы это походило на путешествие через мировую историю, при которой можно было бы рассмотреть излучаемые от Земли «фотографии» как архив визуальной информации о земном прошлом.

Действительно, эти представления имеют общее с чарами только что публично обнародованной техникой фотографии, позволяющей запечатлеть невероятные виды, также и в области астрономической фотографии. Создание фотографической космической перспективы возможно проследить вплоть до 1840 года, когда американский астроном Джон Уильям Дрейпер изготовил первый известный дагерротип Луны. Астроном Уильям Крэнч Бонд сфотографировал в 1850 году Вегу, самую ближайшую звезду за пределами нашей солнечной системы; «фотогелиография» Солнца последовала в 1858 году благодаря Уоррену де ла Рю; съёмка звёздных спектров была сделана Льюисом Моррисом Резерфордом в 1862 году.

Трактат Эберти в этом отношении достоин внимания, потому что он переворачивает исследовательский взгляд: он направлен не наружу в просторы вселенной, а *оттуда назад*, на Землю. История геовизуализаций в виде глобусов, конечно, намного старше и может проследиваться вплоть до античности, однако в этом случае речь идёт о внеземном взгляде на всю поверхность Земли, что, в сущности, является возможным только глазам Бога — или как раз человеку, который со всеми своими вспомогательными органами станет протезом Бога (Зигмунд Фрейд).

Привлекательная мысль Эберти о том, что информация изображения вечно сохраняется на вневременном уровне, не выдерживает физической действительности. Даже если Вселенная не может быть «фотоархивом», его трактат всё же остаётся поучительной пьесой о том, как образное мышление превосходит технические возможности. В случае с путешествием вдоль светового луча, техническим расширением восприятия являлись замедленная и интервальная съёмка. Появившийся на английском и немецком языках трактат Эберти послужил источником вдохновения для авторов научной фантастики и проницательных учёных [1].

## Всемирная коммуникация

Создаётся впечатление, что каждая новая медиатеchnика обязательно сопровождалась представлениями о взаимопонимании между народами и миром во всём мире. По-видимому, уже трансатлантический телеграфный кабель в XIX веке повлёк вместе с собой новое планетарное сознание. Так, по случаю первого, хотя и недолго функционировавшего трансатлантического кабеля, публицистика мечтала о примиряющей всех всемирной коммуникации: «Невозможно, чтобы старые предрассудки дальше существовали, в то время как такой инструмент был создан для обмена мыслями между всеми народами Земли» [2]. Около 1900 года все уголки мира были соединены кабелем, однако, миру во всём мире, как известно, это не поспособствовало.

Неудивительно, что всемирная укладка кабелей поспособствовала популярному в то время отождествлению электрического импульса проводимости в телеграфных кабелях с нервными путями человека и представлению о всемирном мозге: связывающем человека и технику коммуникационным и познавательным аппаратом, который мог бы поднять духовный потенциал человечества на новую эволюционную ступень. С 1920-ых годов это представление стало частью нового восприятия мира, которое теперь называется *экологическим* и которое пропагандировалось наряду с подходом Якоба Йоганна Иксюля (*Биосемиотика*) такими разнообразными фигурами, как английский научный фантаст Герберт Джордж Уэллс (*Мировые мозги*), русский геолог Владимир Иванович Вернадский (*Биосфера*) и иезуитский палеонтолог Пьер Тейяр де Шарден (*Ноосфера*), чтобы в конце концов стимулировать к электрической сетевой метафоре (*Глобальная деревня*) Герберта Маршала Маклюэна.

Как при основанных на этой концепции технологиях, так и при сопровождающей её риторике, речь идёт о мире как целостности, о *мировых проектах*: всемирный телеграфный союз (1865), всемирная почта (1874) и различные общемировые языковые проекты указывают на стремление создать интернационально стандартизированную глобальную коммуникационную структуру. Однако безграничные коммуникативные отношения изменяют восприятие мира. Британский астроном Сэр Фред Хойл, который, между прочим, сформулировал теорию большого взрыва (*Big Bang*), выразил в 1948 году надежды о возможности когда-нибудь увидеть всю Землю извне. Такой взгляд, который позднее будет назван *Эффектом обзора* (*Overview-Effekt*) [3], привел бы к объединяющему эффекту, когда политически поделённые в результате мировых войн на Восток и Запад сферы можно было бы вновь воспринимать как общечеловеческое жизненное пространство. Действительно, с точки зрения Вселенной, стираются национальные границы и созданные человечеством различия; вопреки тому ошибочному утверждению, опубликованному в 1923 году в журнале *National Geographic*, отсюда не видно даже Великую Китайскую стену.

## Вид со спутника

Новая глава в истории технического видения была открыта в октябре 1957 года, когда *Спутник 1* в течение нескольких недель отправлял всемирно принимаемый радиосигнал и тем самым ознаменовал начало глобальной медийной сферы. Восприятие аппаратов по-новому определило сферу человеческого пребывания; речь шла о взгляде со спутника на *космический корабль Земли* (Бакминстер Фуллер), к экипажу которого мы все относимся.

Между тем спутник поставлял не изображения, а, пожалуй, воображаемый эффект, и вместе со следующими космическими полётами он визуально усиливался. NASA в 1960 году записала первые сделанные метеоспутником *Tiros 1* изображения Земли из космоса. В 1961 году Гагарин во время своей орбитальной миссии на *Восток 1* стал первым человеком, увидевшим поверхность Земли с космической перспективы. С орбиты он радировал свои личные впечатления

на наземную станцию, они отсылали к «мирной красоте нашей планеты» — посланию из времён Холодной войны, которое в буквальном смысле с более высокой точки обозрения превосходит её идеологию. *Восток 1* отправлял на Землю чёрно-белые телевизионные изображения (репортажи), о записи которых ничего не известно. Первую же цветную фотографию сделал Герман Титов с *Востока 2*.

Однако орбиты *Востока* лежали настолько близко к поверхности Земли, чтобы сделать возможным то, что впоследствии было описано как *Эффект обзора* (Франк Уайт): восприятие всей Земли. За космическую перспективу во вселенной сначала отвечали единичные аппараты. США отправили в 1960-ые годы несколько исследовательских спутников по направлению к Луне. При этом в 1966 году возник снимок восходящей над Луной Земли (*Earthrise*), отправленный с лунной орбиты спутником *Lunar Orbiter 1*, — беспрецедентный вид, которого никогда ранее не существовало. Фотография была представлена на пресс-конференции НАСА как «Фотография века». 8 августа 1967 года появилось первое чёрно-белое изображение целой Земли (*Whole Earth*).

Все последующие фотографии целой Земли (*Whole Earth*), особенно самая популярная цветная фотография восхода солнца (*Earthrise*), сделанная астронавтом Уильямом Андресом с *Аполлона 8*, должны были следовать этому образцу. Изображения накладываются на более ранние, и астронавты придерживаются программы культурного ожидания: идея, идущая до спутника *Hubble*, заключалась в том, чтобы мы могли бы увидеть это таким же образом, как если бы мы были там. Однако это только подтверждает фотографическую лживость восприятия, при которой сначала ещё полностью безобидная фотография восхода солнца (*Earthrise*) перевёрнута от (первоначально) вертикального в (опубликованное) горизонтальное расположение, чтобы соответствовать человеческим оптическим привычкам восприятия на Земле, и при которой, в конце концов, так визуализируются данные снимков *Hubble*, будто там было что-то, что можно действительно таким образом увидеть.

### Настоящие цвета

Как раз изображение целой Земли (*Whole Earth*) многократно подвергалось манипулятивной визуализации, пока оно не стало изображением голубой планеты — в некотором смысле это был поиск идеальной формы. В декабре 1972 года во время полёта *Apollo 17* на Луну был создан снимок «Astronaut Photograph AS 17-148-22727» — наверху находится южный полюс, в центре виден африканский континент с Мадагаскаром. Снимок для публикации был перевёрнут и стал знаменитым под заглавием *Синий марбл* (*The Blue Marble*).

Однако окончательный вариант возник совершенно иначе. Только в 2002 году было представлено сенсационное изображение голубой планеты. Оно выглядит очень похожим на предыдущие снимки Земли, однако представляет собой совершенно другую визуализацию, составленную из серии снимков спутников. Из анализа поверхности *MODIS'ом* с помощью спектрорадиометра с высоты 700 км, команда экспертов по визуализации НАСА в ходе многомесячной работы составила «самое подробное изображение всей Земли в истинных цветах на сегодняшний день», теперь, конечно же, с североамериканским континентом в центре [4]. Для того, чтобы голубая планета действительно удовлетворяла ожиданиям, из тысячи снимков водных поверхностей и растительных покровов, снежных покрытий и облачных дней, скомбинировали один подходящий вариант — «бесшовную полноцветную мозаику».

Таким образом, можно утверждать, что наша *голубая планета* выглядит не так, как нам её предлагают увидеть. Если же нам всё же позволят её увидеть, так как первые изображения целой Земли (*Whole Earth*) НАСА держало под замком и ключом по военно-стратегическим причинам. «Почему мы до сих пор не видели фотографии всей земли?» — спрашивала компания за её освобождение в 1966 году [5]. И здесь, в её символике для проекта контркультуры, содержится другой смысловой слой изображения.

### Каталог «Вся Земля»

Говорят, что Стюарт Бранд, компьютерный инженер и член *Merry Pranksters*, сидя на крыше дома под влиянием ЛСД, воображал новое восприятие человеческого жизненного пространства, навеянное Бакминстер Фуллером. Он начал кампанию по освобождению

магического изображения, так как допускал, что его культурное распространение могло бы вызвать изменяющее сознание воздействие, — и имел успех: осенью 1968 года изображение голубой планеты украсило его публикацию *«Каталога всей Земли»*. Вместе с тем изображение символизировало многослойность комплексного эффекта, манифестируемого в этом печатном издании.

*«Каталог всей Земли»* соответствовал концепции себя как инструмента, который должен был превзойти ранний, например, реализуемый в форме энциклопедии всемирный проект и сформировать усиливающее воздействие на глобальное экологическое сознание. Он содержал советы о полезных вещах и об источнике их получения, что способствовало самостоятельной жизни в зарождающихся сельских коммунах хиппи. Идея была совершенно проста: создать навигацию для устойчивого развития через имеющиеся знания. Каталог назывался *«Устройство оценки и доступа»*, и таким образом его можно было рассматривать как культурно-технический инструмент, который предвосхитил компьютерные возможности, такие как браузер и поисковые системы. Действительно, Стив Джобс в произнесенной в 2005 году речи вспоминает о Google своего поколения: *«Когда я был молод, существовало удивительное издание под названием "Каталог всей Земли", которое было одной из Библий моего поколения ... Это было что-то вроде Google в мягкой обложке за 35 лет до появления Google. Оно было идеалистическим и изобиловало изящными инструментами и великими идеями»*.

Мотив изображения голубой планеты соответствует целостному и системному мышлению, тому «понимаю целых систем», которое в рамках кибернетической коммуникационной теории создал Грегори Бейтсон [6]. В качестве символа нового мышления и повышенной экологической чувствительности он применяется как товарный знак *Дня Земли*, днём проведения которого американский конгресс решил сделать 22 апреля, и который с 1990 года празднуется на международном уровне [7].

## Визиотипы

С тех пор как мотив «глобальной» картины отложился в коллективном сознании, символика технического изображения помогла не только распространению экологического чувства, но и вскоре подверглась быстрому художественному разрастанию — в рекламе и брошюрах об экологии, на открытках и продвигающих экологию сайтах голубая планета становится избитым религиозным мотивом постмодернистского экологического народного благочестия [8]. В документальном фильме *Неудобная правда* (2006 год), который показывает борьбу Альберта Гора против глобального потепления, этот мотив можно увидеть почти 50 раз. Первоначально это была мультимедийная продукция, в которой много наводящих на размышление визуализаций, игнорирующих практически всё, что должна из себя представлять хорошая инфографика. Голубая планета стала визуальным стереотипом.

Кто сегодня занимается презентациями, тот делает ставку на силу графических примеров [9]. Чтобы они были понятны, в визуальной коммуникации должны использоваться проверенные временем символы. Американский публицист Уолтер Липпман, который в своей книге *Общественное мнение* (1922 год) для подобных фиксированных смыслов ввел понятие «Стереотип», подразумевал под этим «картинки, которые мы носим в своих головах» — изображения в наших головах, которые уже там есть, когда мы воспринимаем. Культурология, между тем, говорит о *визиотипах*, чтобы обозначить тот тип иллюстрации, который в форме фигур и изображений чисел или инструментов показывает что-то, чего на самом деле не существует или не может быть, но что формирует наше восприятие [10].

Визиотип соответствует легко читаемой модели, которая не обязательно должна совпадать с содержанием реальности. Речь идёт скорее об обремененной смыслом инсценировке. Примером является белый медведь на глыбе льда, с помощью чего охотно иллюстрируются тревожные последствия изменения климата. Похоже, все согласны, что этому медведю угрожает опасность в его среде обитания. Для этого нет никаких научных доказательств и нет ничего необычного в том, что эти медведи передвигаются вплавь или на льдине, а напротив, это относится к их совершенно обычному поведению. Не изображение дрейфующего белого медведя что-то показывает, а намерение, с которым оно использовано, и которое остается только расшифровать. Таким образом,

поверхностно лёгкая удобочитаемость визиотипа оказывается комплексным культурным кодированием видимости.

В каком смысле образ голубой планеты сейчас является визиотипом? Теперь, визуализируя то, что соответствует больше идеологии, чем действительности нашего восприятия мира. Ведь то, что не рассматривается в визиотипе, является культурной, политической и экономической реальностью, которая состоит из силы и насилия, человеческой жадности и религиозного ослепления, эксплуатации, границ и конфликтов. Визиотип соблазняет наивным упрощением. Уже на феноменологическом уровне коннотации целостности неверны — как уже сдержанно отмечалось Бакминстер Фуллером: на фотографии *целой Земли* можно увидеть не целую, а всегда лишь половину Земли.

### Медиальное существование

Технические изображения (Вилем Флюссер) вынуждают нас забыть, что мы уже давно находимся по другую сторону традиционной картины мира с её доверием в наглядные доказательства. Наука почти всегда оперирует данными, тогда как изображения сделаны для прессы и публики, чтобы вызвать одобрение. Они предполагают чувственную близость к объектам, а охватывающие все вокруг визуализации и анимации являются ни чем иным, как изотерической маской невидимости (Хартмут Бёме), в которую превратилась наша технологическая культура.

Те, кто в настоящее время занимается визуальной коммуникацией, стоят перед новыми существенными требованиями. Они больше не касаются только технологии печати, цвета, освещения и свойств носителя данных, а также знаковых систем видимого, образности и культурных способов выражения. Они скорее заключаются в обращении с новыми поверхностями (фактурами), которые позволяют нам постигать мир. Иначе, чем традиционные изображения, эти поверхности двигаются не между нами и миром, как отражение или репрезентация, а являются продуктами алгоритмического оформления мира. Снова, или всё ещё, *всемирный проект*: в качестве технической синестезии. Все пользовательские интерфейсы, без моделирования которых вряд ли дальше возможно использовать мультимедийное приложение.

Однако с этими медиальными интерфейсами различие между бытием и видимостью стало неустойчивым. Дело в том, что они порождают онтологическую двусмысленность (Гюнтер Андерс), которая избегает простой критики видимости как устранения различия между вещью и знаком. Двусмысленность является не действительностью в изображении, а медиа-изображением как реальностью, как новой формой, которая не позволяет нам постигать мир, но определяет этот мир: ничего нет за пределами медиа. Критическое исследование этого медиального существования также сложно, как и проблематично, о чем свидетельствует попытка Вилема Флюссера в последний раз совершить феноменологический подход к медиакультуре.

В медиакультуре всё более отчётливо бросаются в глаза недостатки гуманитарных подходов (включая науку об образах / изображениях) с их филологическим подходом. Их традиционное производство текстовых ссылок не позволяет больше увидеть адекватную ориентацию на проблемы медиакультуры. Они остаются на формально эстетическом уровне и вращаются в идиосинкразических дискурсах, результаты которых скучны. Проблематика проявляется тогда, когда происходит определенное изменение точки зрения в сторону *материальной эстетики*, и при этом внимание уделяется не «дискурсам», а культуре использования и вместе с тем процессам, которые порождают новые медиатехнологии, усиливают их и только придают им культурное значение, потому что техника всегда проявляется в своём применении, масштаб чего едва ли возможно прогнозировать (это касается современных повседневных практик таких как E-mail, SMS, Twitter и других, которые фактически имеют паразитарное происхождение).

В своем «Философском исследовании» Людвиг Витгенштейн, отойдя от понятийного значения к теории употребления слова, однажды вывел основной принцип: «Не думай, а смотри!». Только «смотрение» в действительное употребление открывает культурные аспекты с их собственными кодами и практиками.

## Сноски

1. Clausberg K. Zwischen den Sternen. Berlin: Lichtbildarchive, 2006.
2. Briggs/Maverick: The Story of the Telegraph, 1858, zit. nach Tom Standage: The Victorian Internet. London, 1999.
3. White F., Merbold U. Der Overview-Effekt. München, 1991.
4. [http://visibleearth.nasa.gov/view\\_rec.php?id=2429](http://visibleearth.nasa.gov/view_rec.php?id=2429)
5. Turner F. From Counterculture to Cyber-culture. Stewart Brand, the Whole Earth Network, and the Rise of Digital Utopianism. Chicago, 2006.
6. Bateson G. Ökologie des Geistes. Frankfurt am Main, 1985.
7. <http://www.earthday.de/geschichte.html>
8. Sachs W. Satellitenblick // Technik ohne Grenzen / Ingo Braun (Hg.). Frankfurt am Main, 1994.
9. Duarte N. slide:ology, The Art and Science of Presentation Design. O'Reilly Media, 2008.
10. Weltmarkt der Bilder / In Anlehnung an Steven J. Gould, vgl. Uwe Pörksen. Stuttgart, 1977.

**Frank Hartmann. Blue Planet. How the Image in Combination of Technology and Culture Affects the Global Consciousness. To the Origin of the Visiotype. (Translation from German)**

N. A. Romanov

Independent Researcher, Russia

**Abstract.** Frank Hartmann examines the impact on the global consciousness and perception of the universe of photographs of the Earth from space, which appeared thanks to space programs in the second half of the XX century. By studying these images, it is demonstrated how the genesis of visiotypes can be carried out and how they can influence the formation of culture and planetary consciousness in conditions of boundless worldwide communication. The analysis of manipulative practices for the transformation of photographic images of the Earth in order to create a "canonical" image of our planet for consumption and use in popular culture is carried out. Examples of using the motif of the image of the blue planet as a visual symbol of new global thinking and increased attention to environmental problems are given. It demonstrates how the modes of seeing reality through optical media contribute to the production of new visiotypes for use as images and symbols (Earth Day, The Whole Earth Catalog and the documentary "An Inconvenient Truth "). When studying media culture, Frank Hartman suggests paying attention to material aesthetics and "looking" into the processes of the birth of new media technologies, as well as the culture of application / use of media phenomena.

**Keywords:** media philosophy, media culture, visual culture, technology, photography, image, visiotype, stereotype, symbol