

ВИЗУАЛЬНАЯ СУГГЕСТИЯ В МОЛОДЕЖНОЙ СУБКУЛЬТУРЕ РЕЙВЕРОВ

М. Е. Саранцева

Белорусский государственный университет, г. Минск;

Romashka.star@mail.ru;

науч. рук. – Е. К. Сельченко, ст. преп.

В статье рассматривается использование наиболее актуальных визуальных суггестий на примере визуальной культуры молодежной субкультуры рейверов. Проблематика исследования обусловлена необходимостью исследования ценностей и коллективного бессознательного современной молодежи, а также способов ее социального взаимодействия. В процессе исследования визуальных кодов одной из наиболее актуальных молодежных субкультур становится возможным не только выявление наиболее сильных в действии манипулятивных техник, но и того, что они транслируют, какие коды создают у молодежи и как формируют современную идентичность. Следовательно, данное исследование нацелено на изучение ценностно-символической системы современного молодого поколения. Использование клинико-феноменологического метода позволило детально изучить суггестивное воздействие на респондентов. В результате исследования в качестве наиболее архетипичных образов выявлены образ глаза (глаза-сферы) и улыбающегося чёрта. Наиболее сильное суггестивное воздействие оказывают техники: психологическое световое манипулирование И.Павлова и цветное манипулирование. Как долговременно воздействующая суггестия и фактор формирования идентичности выявлено фрейдистское манипулирование, основанное на влечениях к Эросу и Танатосу.

Ключевые слова: визуальная культура, суггестия, манипулятивные техники, молодежная субкультура, рейв-культура.

На сегодняшний день визуальная культура рейверов во многом задает тенденции медиатворчества: многие современные блоггеры, дизайнеры, кураторы, деятели сферы моды, создатели молодежных сериалов и режиссеры вдохновляются рейв-культурой. Визуальная культура рейверов позиционирует себя как элемент contemporary art (современного искусства), которое основано не на получении эстетического удовольствия, а в первую очередь на воссоздании образов в имажинации и коммуникации с арт-объектом. К составляющим данной визуальной культуры можно отнести: видео-арт, постеры, визуальные инсталляции (в режиме реального времени, в том числе световые) и стиль участников.

Среди основных подходов к манипулированию выделяют психоаналитическую и семиотическую группы техник. Психоаналитический подход можно обозначить как воздействующий непосредственно на подсознание, Id, апеллирующий прежде всего к инстинктам, а семиотический, наоборот, воздействующий путем воссоздания образов в имажинации и воздействии путем переживания человеком рационализированного

опыта, характерного для Super-ego. Суггестивные техники ставят целью создание четких установок, практически рефлекторных и во многом основанных на пирамиде базовых потребностей человека.

Анализ современных объектов визуальной культуры рейверов показывает, что наиболее частыми образами являются: глаза (широко распахнутые, подсматривающие или спрятанные за солнцезащитными очками), улыбающийся чёрт (часто подкреплённый цепями или балаклавой), «тягучие» сгустки кислотных цветов (также могут быть изображены вместе с глазом), образы телесности, а также образы бабочки, змеи и скорпиона. В отношении пространства наиболее часто используется создание «бесконечного» тоннеля. Наиболее используемыми элементами стиля являются: солнцезащитные очки, цепи, балаклавы, одежда черных или кислотных цветов, а также использование восточной тематики и образов бабочек, змей или скорпионов. Анализируя совокупность образов визуальной культуры, можно сделать вывод, что основными символами рейверов выступают *глаза*, и все возможные взаимодействия с ними, и образ *черта*, своеобразной тени и воплощения всего бессознательного. Вспоминая теорию архетипов К.Юнга, можно провести параллели: глаз, как образ ядра, отображает понятие Самости, которая в рейв-культуре поддается влиянию громкой музыки, яркого света, кислотных цветов, скрывается за очками, подглядывает из-за балаклавы и пугается образа черта – проходит путь к обретению себя. Образ улыбающегося черта же можно воспринять как Тень – бессознательное человека, катализатор влечений и жизненной энергии, в то же время выступающий темной стороной личности.

Рассмотрим объекты визуальной культуры с точки зрения психоаналитической, семиотической и суггестивной манипуляции, основываясь на наиболее используемых образах. На изображениях, где глаз словно подглядывает через щель, можно вспомнить психоаналитическую традицию и рассматривать это как воплощение вытесненного влечения к подглядыванию. Таким образом, авторы демонстрируют силу либидозного влечения в использовании визуальной манипуляции. Постеры также выражают разнообразие форм и цветов, что, согласно Ч.Осгуду, является игрой на контрастах «дружественных» и «враждебных» чувств и вызывает у человека противоречивые ощущения. С точки зрения семиотического подхода глаза на постерах могут быть поняты непосредственно как объекты, смотрящие через щель, а могут – как мифы, выражающие эмоции или следящие за реципиентом. Глаза-сферы обладают большим символизмом и концентрируют в себе архетипическую силу. В данном случае трудно говорить об апелляции к влечениям, однако точно можно отметить воздействующую силу холодных и светлых цветов. Здесь реципиент

выступает уже не объектом наблюдения, а субъектом, рассматривая, как вращается сфера.

Манипуляция, основанная на влечении к Танатосу, выражается в использовании демонических образов и эмоции испуга. Улыбающийся чёрт на постере может приглашать последовать влечению к Танатосу и воплощает собой Тень, а использование ярких фрагментов на изображениях, согласно Л.Ческину, характеризуется чувством возбуждения и инстинктивностью. На постере Boiler Room 2021 выражена тяга к бессознательному и инстинктивному. Изображение голых людей с закрытыми глазами создает ощущение раскрепощения и безнаказанности.

Использование ярких, кислотных цветов на афишах находит наибольший отклик у реципиентов. Многие из них сразу отмечают чувство восторга, а при просмотре видео-арта, состоящего из перетекания таких цветов, реципиент остается зачарованным. Даже на данном типе визуальной культуры можно найти символы глаза, однако не такие явные, как при отчетливом его изображении. В этом случае глаз или сфера формируются из цвета и композиционно концентрируют на себе внимание, оказывая похожий гипнотический эффект, как примеры с глазами-сферами. Однако ключевой воздействующей техникой здесь является цветое манипулирование и вызывание эмоций за счет интенсивности. Яркие оранжевые и розовые цвета оказывают возбуждающее воздействие и характеризуются, согласно Осгуду, как «дружелюбные». Будучи поглощенным такой цветовой атмосферой, человек интуитивно тянется к испытанию ярких ощущений, что и является целью данной манипуляции.

Использование образов бабочки, скорпиона, змеи или восточной тематики в визуальной культуре рейверов менее популярно в современности, однако такие символы можно охарактеризовать как классические для рейв-культуры. Знаки-коды небольших насекомых и пресмыкающихся погружают в атмосферу инклюзивности и оторванности от реального мира и могут быть интерпретированы прежде всего семиотически. Например, как объект змея небольшая, гибкая и окутывающая, а как миф – проводница в загробный мир, мудрость и тайны души и предлагающая испытать запретный опыт.

По степени наибольшее суггестивное воздействие на сознание рейверов оказывает световая инсталляция, доступная на мероприятиях. Основную привлекательность визуальной инсталляции для респондентов составляет резкая, скачкообразная смена освещения, которая создает ощущение динамичности происходящего и вызывает состояние возбуждения и иллюзорности. Такой вид воздействия близок к психологическому световому программированию, описанному И.Павловым. Основы-

ваясь на том, что у представителей субкультуры уже существует устойчивый возбудитель психики, можно предположить, что среди постеров сильнее всего окажет воздействие на сознание тот, который наиболее приближен к привычному возбудителю. Например, добавление вспышек или мигающего освещения в видео-арт с повышает вовлеченность реципиента и вызывает желание посетить мероприятие, которое усиливается при повторном просмотре. Цветовое воздействие также обладает сильным влиянием: контрастные, кислотные или голографические сочетания бросают вызов зрителю, провоцируют на эмоции, призывают к радости и праздности. Респонденты отмечают, что данные сочетания привлекают их яркостью, а в совокупности со световыми вспышками и музыкой создают ощущение динамики, экстаза, аффекта. Постеры, манипуляция которых ближе к семиотической, вызывает у респондентов ощущения таинственности, ритуальности, полета, гипноза. Следовательно, семиотическое воздействие проявляется скорее в идентификации себя с визуальным объектом или погружением в него.

Суггестивное воздействие визуальных техник подкрепляет идентификация себя с образами, спровоцированными постерами и последующее их выражение в стиле. Можно наблюдать феноменальное взаимодействие популярности использования образа глаза в визуальной культуре рейверов и тотальное ношение солнцезащитных очков на самих мероприятиях. Это говорит о том, что глаза и визуальное имеют большое значение в рейв-культуре, как в медиаторстве, так и в стиле и сознании участников. Суггестивный потенциал солнцезащитных очков может быть выражен в обезличивании, желании погрузиться в собственный мир, стремлении изменить оттенок окружающего мира или понизить его яркость, а главное – стремлении скрыть собственные глаза. Потенциал балаклавы в также выражается в стремлении к обезличиванию или приданию большей дерзости образу. Цепи, блестки и яркая одежда могут свидетельствовать о желании быть заметным, динамичным, субверсивным, а использование ритуальной и драматичной атрибутики о теневом, бессознательном и инстинктивном потенциале.

Цель такого суггестивного воздействия может являться как положительной, объединяющей в единстве коллективного опыта, так и отрицательной, в случае манипулирования сознанием и создания психологической зависимости. Среди наиболее сильно воздействующих манипулятивных техник в молодежной субкультуре рейверов можно выделить психологическое световое программирование с использованием вспышек и цветовое манипулирование, при котором внимание возбуждается яркими, интенсивными цветами. Однако, наиболее длительное воздействие оказывает манипуляция влечением к главным фрейдистским категориям –

Эросу и Танатосу, что выражается во внешнем виде участников и говорит об их устойчивой идентичности.

Библиографические ссылки

1. *Барт, Р.* Мифологии / Р. Барт. – М.: Академический проект. – 2019. – 352 с.
2. *Бехтерев, В. М.* Внушение и его роль в общественной жизни / В. М. Бехтерев / СПб.: Издание К. Л. Риккера, 1908. – 210 с.
3. *Кара-Мурза, С.Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза / М.: Эксмо, 2005. — 832 с.
4. *Barnard, Malcolm* Approaches to understanding visual culture / Malcolm Barnard. – Edited: New York: Palgrave, 2001. – 206 p.
5. *Osgood, Charles E.* The Measurement of Meaning / Charles E. Osgood, George J. Suci, Percy H. Tannenbaum. Edited: Illions, University of Illions Press, 1957. – 342 p.