

УДК 003.628: 304.44

СПЕЦИФИКА ВОСПРИЯТИЯ ВИЗУАЛЬНЫХ ОБРАЗОВ В КУЛЬТУРЕ**Кривошлыкова М.В., Назарычева А.И., Питко О.А.***Магнитогорский Государственный технический университет им. Г.И. Носова», Магнитогорск,
e-mail: pitko-olga@mail.ru*

Статья посвящена анализу визуальных образов в культуре. Значимость проблемы исследования обусловлена тем, что каждая культура создает свои нормы и модели зрительного восприятия и конструирования, через которые человек воспринимает мир вокруг себя. Особое внимание авторы уделяют изучению динамики зрительных образов и их смысловой составляющей в историко-культурном контексте, а также восприятие визуального образа в современной культуре. Авторами принята попытка анализа изменения восприятия визуальных образов, их смысловой составляющей сквозь призму смены исторических эпох и культурного контекста. Методологическую основу исследования составили историко-культурный, феноменологический и герменевтический подходы, позволивший проследить динамику зримых образов в культуре и дать им научную интерпретацию и рефлексию. Авторы приходят к выводу, что знак не может переродиться в символ, значимость и ценность приобретают только сочетания бессмысленных знаков (монтажность), а уровень оценки смысла образа определяет их количество.

Ключевые слова: визуальный образ, знак, символ, восприятие**CULTURAL SPECIFICS OF VISUAL IMAGE PERCEPTION****Krivoshlykova M.V., Nazarycheva A.I., Pitko O.A.***Nosov Magnitogorsk State Technical University, Magnitogorsk, e-mail: pitko-olga@mail.ru*

The article is devoted to analysis of visual images in culture. The significance of the research problem due to the fact that each culture creates its own norms and models of visual perception and construction through which people perceive the world around them. Special attention is paid to the study of the dynamics of visual images and their semantic component in the historical and cultural context and perception of the visual image in contemporary culture. The authors have attempted analysis of changes in the perception of visual images, their semantic component through the prism of the change of historical eras and cultural context. The methodological basis of the research was historical and cultural, phenomenological and hermeneutic approaches, which allowed to trace the dynamics of visual images in culture and to give them a scientific interpretation and reflection. The authors come to the conclusion that the sign can not be reborn in the character, significance and value become only meaningless combinations of signs (montagnoli), and the level of assessment of the meaning of the image determines their number.

Keywords: visual image, sign, symbol, perception

Зрение – один из основных органов чувств человека. Это самый яркий, доступный (для большинства) способ восприятия. Поэтому роль зримого образа в культуре и сознании человека трудно переоценить. Сегодня роль зрительного образа возрастает в связи с общей переориентацией человеческой культуры в сторону визуализации. Зримая и умопостигаемая части в образе слиты воедино, но сегодня явно доминирует первая.

Сконструированный с помощью новых медиа визуальный образ в современной культуре становится ведущим, а значит, должны меняться и возможности восприятия визуальности. С точки зрения исследователей, это приводит к следующим выводам: быстрое переключение с картинки на картинку не дает возможности осмыслить глубину образа, а ритм современной жизни не способствует развитию продолжительного и внимательного наблюдения одного сюжета, что изменяет стиль жизни в целом. В связи с этим нет возможности осознания более сложных визуальных образов. Такого

рода образы можно разложить на составляющие, постигая смысл каждого. Опасность подобного восприятия в том, что оно не дает осознание целого.

Цель исследования – рассмотрение трансформации визуального образа в культуре. Авторами принята попытка анализа изменения восприятия визуальных образов, их смысловой составляющей сквозь призму смены исторических эпох и культурного контекста. Особое внимание в исследовании уделяется восприятию визуального образа в современной культуре.

Материалы и методы исследования

Наиболее ярко и зримо визуальные образы представлены в искусстве. В силу особой выразительности произведения искусства являют собой некое целое, где образы выступают как значимые компоненты. Однако следует отметить, что в работе авторы не сводят понятие «образ» к категории исключительно художественного порядка. Более того, с наступлением эпохи модерн на первый план выступают символы и знаки, обнаруживающие себя в повседневных социальных и культурных практиках индивидов. Отметим, что к середине XX века с появлением новых

форм искусства и развитием средств масс-медиа, все больше стирается грань между искусством и повседневностью, а эстетика повседневности почти заменяет искусство.

Методологическую основу исследования составили историко-культурный, феноменологический и герменевтический подходы, позволивший проследить динамику зримых образов в культуре и дать им научную интерпретацию и рефлексию.

Результаты исследования и их обсуждение

Визуальный образ – всего лишь один из способов восприятия реальности, который в современном конструировании реальности средствами массовой коммуникации становится ведущим. Эта тенденция напоминает возврат к первобытной культуре, но без учета тактильно-аудиального способа восприятия. Хотя и подобное становится возможным благодаря научно-техническим достижениям современной культуры. Зрительно воспринимаемый образ амбивалентен. Его визуальная сторона легче и проще поддается восприятию и пониманию благодаря простоте и эмоциональности воздействия. В то же время умопостижимая сторона предполагает сложность индивидуально-интеллектуального, социально-культурного контекста восприятия. Возвращается ли при этом примитивность мышления? Чтобы ответить на этот вопрос, нужно проследить трансформацию визуального образа в культуре, где огромную роль играет искусство.

Образцы современной культуры активно используют зримые образы. Такой образ понятен, предсказуем, эмоционален, а значит, возрастают возможности его формирования и контроля. По мнению многих исследователей визуальной культуры, воздействие массивной визуализации социально деструктивно, т.к. ускоряет реальность, доступно всем и всегда и выходит за рамки конституции человека, а значит, дезорганизует жизненный мир человека [7]. Массовое общество активно транслирует зрелищность. Образ стал доступным благодаря появлению фотографии, кино, телевидению и интернет-пространству. Образы, воплощенные в образцах высокой культуры, становятся недоступными, т.к. требуют подготовки и глубокого осмысления.

Визуальный образ – один из первых образов культуры. Сделать образ зримым, видимым, значит, сделать доступным для понимания другому. Каждая культура создает собственный визуальный код, включающий совокупность знаково-символических изображений. В этом смысле показательна разница в восприятии визуального образа восточной и западной культурой. Путь Вос-

тока – непредметное восприятие, развитие сверхчувственности, где зримое – толчок к открытию незримого. Путь Запада – восприятие не существует без объекта, зримое ценно само по себе.

Первобытное искусство демонстрирует возможности передачи опыта через образ. Образы – первые представления о красоте, гармонии, устройстве мира. Образы первобытной культуры имеют и прикладной, и священный характер. Изображая, можно прикоснуться к сакральному. Но смысловая нагрузка визуального образа еще не самостоятельна, она вплетена в контекст осязания, слуха, обоняния, тактильности.

Древние цивилизации, преимущественно восточные, интересны целостным восприятием реальности, где зримое включено в незримое. Визуальный образ сложен, т.к. с его помощью можно расширить границы сознания, перейти на новый уровень осознания и пробуждения внутренней энергии. В восточном искусстве визуальный образ многослоен и многообразен, но не в полной мере отражает суть изображаемого. Более того, само изображение не всегда четко определено. Например, при чтении иероглифа понимание смысла происходит мгновенно, восприятие происходит целостно как изображения, а не пошаговое, последовательное, как при слоговом прочтении. Поэтому образ узнаваем, красочен, ярк, многолик, но сущностно трудно постигаем (янтры, мандалы, иероглифы, художественные образы).

Период Античности демонстрирует визуальный образ, связанный с культурной традицией. Это приобщение человека к знанию и проявлению самостоятельности человека. Формируется новое отношение к искусству как к копированию копии – образ только копирует реальность, которая сама является копией истинного мира. Поэтому визуальный образ начинает восприниматься двойственно: видимая сторона – часть чего-то большего, высшего, часть истинного смысла.

Эпоха Средневековья определяет изображение условно-схематично, символично, иллюзорно. Визуальный образ – только намек на сущность и не может отразить истинный смысл. Задача подобного образа – сделать сверхчувственное чувственно осязаемым. Образ обращает в зримую формулу то, что можно только помыслить. Слух более значим, чем зрение, поэтому возрастает значимость слова. Икона – образ иного мира, это преображенный лик. Так как это мыслеобраз, то нет сходства со зримым, понятным, привычным. Задача иконы – внутреннее преображение человека посред-

ством «вглядывания» в изображение. Икона образна в силу иной символической модели нереального мира.

Эпоха Ренессанса возрождает идеалы античности, а с ними и визуальный образ, который ценен сам по себе. Это чувственный, зримый, обращенный к эмоциям образ. И Античность, и Возрождение подчеркивают в образе схожесть с понятным, зримо воспринимаемым, где «человек есть мера всех вещей».

Эпоха Нового времени демонстрирует пестроту художественных образов, психологичность и разумность восприятия, а также многообразие техник создания визуального образа. В связи с увеличением значимости эстетики будничного, повседневного происходит постепенное высвобождение смысла из символа, оставляя только знаковую оболочку. Обычный человек не стремится заглянуть за реальность.

Сегодня следует признать неактуальность образцов высокой культуры, они перестали занимать доминирующее положение в формировании основ личности. На смену им пришли повседневность, где развитие и прогресс определяется понятием «успех». «Важнейшее средство, с помощью которого высокая культура оберегает себя от экспансии повседневности, является язык» [3, с. 17]. Г.С. Кнабе обращает внимание, что те, кто создает высокую культуру и те, кто выступает в качестве носителя ее ценностей, говорят на ином языке, чем низы. Сегодня ситуация противоположная: низы упрямо пропагандируют свои средства коммуникации (и вербальные, и невербальные), исключая с позором тех, кто не владеет этим языком. Например, специфический язык сети Интернет скуп, односложен, малоэмоционален, стремится к редукции смысла. Сакральное подменяется повседневным, истинное – ложным. Например, можно вспомнить рекламные слоганы, определяющие облик культуры современности: «мой бог, мой Гиннесс», «Red Bull окрыляе-е-ет», «живи на кока-кольной стороне», «бери от жизни все» (реклама Pepsi), «стремление к совершенству» (реклама автомобиля Lexus), «Savage – свобода быть собой». Освобождение смысла – самая главная проблема современной культуры. «В реальности мы, благодаря вещам, находимся в мире смысла, оправданий и алиби; функция дает начало значению, а затем этот знак вновь обращает в зрелище функции... Обращение культуры в псевдоприроду характерно для идеологии нашего общества...» [1, с. 426].

Западное искусство ушло в сторону визуализации разных форм культуры больше.

С точки зрения М. Маклюэнна, с изобретением письменности слово отделяется от речи, становится самостоятельным, уже не принадлежит говорящему, а значит, является нейтральным, чужим знаком. Эмоциональная насыщенность, индивидуальность слова пропадает, культура становится визуальной, значит, отстраненной. По мнению исследователя, когда технология приводит к расширению одного из чувств (в частности, зрения), то происходит перестройка форм восприятия, новое соотношение всех наших чувств. В дальнейшем изобретение алфавита послужило длительным стимулом для развития западного мира в направлении разделения между чувствами, функциями, операциями, эмоциональными и политическими состояниями. Весь комплекс ощущений был сведен к одному – визуальному [5, с. 212-213].

Массовое тиражирование в XX веке приводит к окончательному расщеплению чувств и отпадению визуального измерения от чувственного комплекса. Человек вырывается из контекста органичной ему окружающей среды, слово перестает быть сакральным, связанным с тем, который его произносит, что привело к универсализации мышления и переместило позже акцент на интерпретацию знака.

Глобальный интерес к проблеме изучения визуальной культуры в конце XX века привел к формированию самостоятельного направления в гуманитарной науке, в основу которого легли труды американских и европейских ученых, среди них: Т. Митчел, Н. Мирзоев, Г. Бём и другие. В данных исследованиях констатируется наступление «визуального» («иконического») поворота, для которого характерно, не столько парадигмальная смена, сколько установление эпохи новой образности, «уникальной или беспрецедентной в ее одержимости видимым и визуальной репрезентацией» [8, с. 171]. Концептуальные позиции ученых едины в том, что образы обладают своей собственной, только им принадлежащей логикой. Эта логика не предиктивна, не проговаривается и реализуется в восприятии.

Сегодня можно говорить о формировании особой информационной среды, которая характеризуется высокой степенью фрагментарности и ризоматичности, что открывает широкие возможности для мифотворчества, возникающие в процессе «дообраивания» недостающей информации [4, с. 140]. «Человек живет в информационном сообществе, этот факт уже не вызывает никаких удивлений. Возникновение новых информационных технологий в конце 20 века стали теми факторами, которые су-

щественно изменили нашу жизнь» [6]. Распространение масс-медиа привело к усилению визуального компонента в культуре. «Клиповое» мышление способствует усилению символической составляющей культуры, где символ приобретает автономность и провоцирует распространение симулятивной реальности. Множество фактов в разнообразных контекстах необходимо удерживать в поле своего внимания. Обилие информации, знаков и символов приводит к исчезновению их ценностной значимости. В этом процессе девальвации символа элемент визуализации не просто входит на первый план, он становится ведущим.

Принципиально в связи с этим меняется и восприятие. Многослойность и многоэлементность быстроменяющейся картинки не дает возможности глубокого погружения в содержание, соответственно смысл передается кардинально другим образом. Принцип монтажности в доносимом сообщении изменяет понимание смысла, который рождается не в отдельных элементах, а в их сочетании. Сегодня информационное сообщение через средства массовой коммуникации можно считать соединением пиктограммы (70%) и фонетического письма (30%).

В этом случае можно сказать, что происходит возвращение к утраченному восприятию знака, характерному для первобытной культуры. В этом смысле показателен популярный сегодня знак, понятный и знакомый всем с помощью современных средств массовых коммуникаций – смайл. Смайл – знак без символического смысла, множественность коннотаций при потере эмоциональной окрашенности смысла. Только количество определяет значимость и ценность послания. Чем больше их количество – тем эмоциональнее и насыщеннее информация.

Выводы

Человеку дано видеть незримое, чувствовать душевную боль больше, чем физическую. В этом проявляется его специфичность как человека и его человечность,

«человек – символическое животное» [2, с. 32]. Образ становится возможностью постичь непостижимое. Сегодня образ – больше, чем образ. Это не способ передачи накопленного опыта (наскальные рисунки), не копия реальности (античное искусство), не намек на нечто большее (икона), не отражение другого индивидуального взгляда (художественный образ), это готовый штамп, руководство к действию. За ним часто ничего не скрывается, он – то, что он есть, это не символ, это знак, но знак, который приобретает значение без наполнения смыслом. Это показатель выхолащивания духовного, эмоционального, психического, интеллектуального, эстетического. Примитивизм в чистом виде, который не перерождается в большее, оставаясь тем, что он есть. В этой ситуации знак не может переродиться в символ, значимость и ценность приобретают только сочетание бессмысленных знаков (монтажность), а уровень оценки смысла образа определяет их количество.

Список литературы

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семантике культуры – М.: Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Кассирер Э. Опыт о человеке: Введение в философию человеческой культуры // Проблема человека в западной философии. – М.: «Прогресс», 1988. – 552 с.
3. Кнабе Г.С. Двудеинство культуры // Материалы к лекциям по общей теории культуры и культуры античного Рима. – М.: Индрик, 1993. – 528 с.
4. Кривошлыкова М.В. Социальные сети как явление современного масс-медиа пространства // Актуальные проблемы современной науки, техники и образования. – 2016. Т. 2, № 1 – С. 139-141.
5. Назарычева А.И. Визуализация и визуальный образ в современной культуре // Мировоззренческие основания культуры современной России: сборник материалов VII Международной научной конференции. Вып. 7 / под ред. В.А. Жилиной. – Магнитогорск: Изд-во Магнитог. гос. техн. ун-та им. Г.И.Носова, 2016. – С. 211-214.
6. Питько О.А., Сайфуллин П.Р., Брезгулевский П.Г. Современный интернет-сайт: создание и продвижение // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 7-2 (47). С. 98-100.
7. Савицкая Т.Е. Визуализация культуры: проблемы и перспективы // Обсерватория культуры – 2008. – № 2. – С. 32-41.
8. Mitchell W.J.T. Showing seeing: a critique of visual culture // Journal of visual culture. 2002. Vol. 1. № 2. P. 165-181.