

*Назаренко Алексей Николаевич, преподаватель кафедры философии,  
ЛГУ им. А.С. Пушкина, Санкт-Петербург*

## **К СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ВИЗУАЛЬНОСТИ: ОТ ВООБРАЖАЕМОГО К МЕДИАИНТЕРФЕЙСУ**

**Аннотация:** В статье рассматриваются вопросы становления визуальной культуры в условиях нарастающих технических и социокультурных изменений. Предлагается интерпретация визуального образа в рамках медиатеории и теории воображаемого. Раскрывается значение таких понятий как «медиареальность», «медиаинтерфейс», дается специальное определение понятию «визуальный образ». Делается вывод о том, что динамика становления визуальной культуры поддерживается непрерывным переходом образа из медиасферы в воображаемое и обратно.

**Ключевые слова:** визуальность, визуальная культура, визуальные исследования, медиатеория, медиафилософия, воображаемое.

**Abstract:** The article deals with the issues of the formation of visual culture in the context of increasing technical and socio-cultural changes. The interpretation of the visual image within the framework of media theory and the theory of the imaginary is proposed. The author reveals the meaning of such concepts as "media reality", "media interface", and gives a special definition of the concept of "visual image". It is concluded that the dynamics of the formation of visual culture is supported by the continuous transition of the image from the media sphere to the imaginary and back.

**Keywords:** visuality, visual culture, visual research, media theory, media philosophy, the imaginary.

Нарастающее сегодня значение визуальной культуры указывает на необходимость исследования механизмов её существования и развития в условиях ускоряющегося темпа технических и социокультурных трансформаций современности. В этом плане изучение визуальных образов, а именно технических инвариантов визуальности (фотография, кино, компьютерные интерфейсы, виртуальная реальность), занимает умы исследователей начиная уже с 80-х годов прошлого века. Сегодня благодаря работам У. Дж. Т. Митчелла, Н. Мирзоева, Л. Мановича, В. Савчука, Е. Петровской совершенно очевидным кажется тот факт, что исследования визуальности не могут быть ограничены методологическими подходами эстетики, искусствоведения, семиотики. Методологический поиск сегодня приводит нас к исследованиям визуальной культуры в оптике медиатеории и теории воображаемого. Понимание визуальности в рамках этих научных парадигм позволят решить чрезвычайно важную задачу — оценить механику и роль визуального образа в становлении культуры.

Визуальный образ — это объективно представленный оптический интерфейс виртуального медиапространства. «Объективная представленность» образа состоит в его вещественности, в данности посредством носителя. Образ связан с вещью, либо определенным положением вещей. Причем последнее наиболее явно обнаруживается в цифровых образах: на экране изображение возникает в определенной комбинации точек, пикселей, электронных импульсов. Обратим внимание, что визуальный образ обладает именно оптической природой. Часто звучит возражение: почему образ именно «оптический», а не «зримый». Действительно, образ ориентирован на человека, который его зрит, то есть воспринимает органами чувств. Но сегодня мы знаем, что есть масса технических устройств и технологий, которые также ориентированы на визуальное «восприятие». Однако про машину сложно сказать, что она именно «чувствует». В машине используется полностью механистический способ восприятия визуальной информации. Чтобы показать, что образ существует не только для человека, но и для машины,

предлагается использовать термин «оптический», в большей мере подчеркивающий свойство самого образа (а не его восприятия кем бы то ни было). И наконец, визуальный образ определяется нами как интерфейс. Под интерфейсом понимается средство, обеспечивающее взаимодействие некогерентных систем. Визуальный образ, будучи интерфейсом, связывает систему наших знаний и представлений о мире и сам мир. Но такая дуалистическая система не совсем корректна, когда мы говорим об образе данным в медиа, поскольку так называемая медиареальность не тождественна реальности вещественной, объективной.

Медиа выступают универсальной формой опосредования различных предметностей. Как правило, тема медиа сводится к проблемам коммуникации и информации, а в самом узком смысле медиа выступают средствами информационной коммуникации в обществе. Мы же будем ориентироваться на наиболее обобщенное, универсалистское понимание медиа, потому что именно оно ведет нас к определению понятия «медиареальность». Медиа как система опосредования информации формирует так называемую псевдосреду [1, с. 27], которая состоит из знаний и представлений, зачастую не имеющих доказанной связи с реальностью. Наряду с рациональными суждениями медийную «псевдосреду» формируют стереотипы, оценки, страхи, надежды, домыслы и прочие иррациональные установки. Медиа формируют отнюдь не ложное представление о мире, но определенно точно, и не истинное в строгом смысле этого слова. Медиареальность — это виртуальность, для которой любое её содержание симулирует реальные объекты и отношения. Для медиареальности, таким образом, будет характерна не достоверность, а вероятностность и конвенциональность. Визуальные образы, визуальная информация в целом органично связана с медиареальностью, поскольку образ обладает широким коридором интерпретации, а его конкретная концептуализация всегда относительна и обусловлена конвенцией.

Образ как интерфейс двойственен. Со стороны медиареальности он виртуален и симулятивен, каков же он со стороны сознания? В силу своей

неконцептуальной природы визуальные образы включаются в пространство воображаемого. «Под воображаемым понимается ментальная конструкция, как имеющая, так и не имеющая отношение к объективному миру вещей. Пространство воображаемого состоит из образов реального и нереального миров, соединяя в своих конструкциях как следы жизненного опыта, так и отвлеченные фантазии,» [2, с. 73] — пишет Н.Н. Суворов. Образ в пространстве воображаемого — это чистое зримое, ментальный объект. Это чистое зримое нерационально и противоречиво, оно до-логично. Кроме этого, бытие образа в воображаемом уникально и единично. Однако из ментального пространства, воображаемого образ не может быть явлен миру непосредственно. Из воображаемого визуальный образ вновь попадает в медиареальность.

Таким образом, можно констатировать, что визуальные образы в процессе становления культуры осуществляют непрерывный переход из медиасферы в пространство воображаемого и обратно. В медиасфере визуальность обретает новые контексты, вступает во взаимодействие с другими элементами культуры, в пространстве воображаемого визуальные образы преломляются индивидуально и своеобразно, встраиваются в континуумы других образов, пересобираются и, наконец, обретают новизну. Так давление культурных контекстов в медиасфере и «погрешности» сознания, пересобирающие образ в воображаемом, обеспечивают динамичное развитие культуры, возникновение в ней новых и трансформацию старых визуальных форм.

#### **Библиографический список:**

1. Липпман У. Общественное мнение. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
2. Суворов Н.Н. Наступление воображаемого: воображаемое как феномен культуры // Вестник Санкт – Петербургского государственного института культуры. — 2016, № 2 (27). — С. 73–81.