Храпова Виктория Анатольевна, Земцова Ярославна Михайловна

ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ В КУЛЬТУРЕ И СТАНОВЛЕНИЕ НОВОГО ОБРАЗА СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Современная культура характеризуется качественной трансформацией всех сфер жизни общества. Поворот в сторону визуального способа кодирования и трансляции информации обусловлен новым онтологическим запросом, связанным с тем, что в современном мире постоянно возрастает темп жизни, поэтому коммуникативное пространство насыщается емкими образами, позволяющими обрабатывать человеку огромные объемы информации, выстраивая целостную картину окружающего мира.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2014/6-2/47.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2014. № 6 (44): в 2-х ч. Ч. II. С. 175-177. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2014/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 13:130.2
Философские науки

Современная культура характеризуется качественной трансформацией всех сфер жизни общества. Поворот в сторону визуального способа кодирования и трансляции информации обусловлен новым онтологическим запросом, связанным с тем, что в современном мире постоянно возрастает темп жизни, поэтому коммуникативное пространство насыщается емкими образами, позволяющими обрабатывать человеку огромные объемы информации, выстраивая целостную картину окружающего мира.

Ключевые слова и фразы: социальная реальность; трансформация; коммуникация; визуальный поворот.

Храпова Виктория Анатольевна, д. филос. н., доцент
Земцова Ярославна Михайловна
Волгоградский государственный университет
hrapova-v@mail.ru; yara-87@list.ru

ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОВОРОТ В КУЛЬТУРЕ И СТАНОВЛЕНИЕ НОВОГО ОБРАЗА СОЦИАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ©

Современная социальная трансформация представляет собой процесс качественного изменения всех сфер жизни общества, в ходе которого выстраивается новая модель социальной организации.

Сам термин «трансформация» предполагает самосохранение при изменении форм под влиянием значительных по своей силе и значимости воздействий. Такое сохранение возможно при наличии некоторого ресурса, определяющего жизнеспособность любой системы. Для социальной системы ресурсообразующим механизмом является смыслотворческая деятельность, интенсифицирующаяся в сфере культуры. Как адаптивно-адаптирующая стратегия культура обеспечивает выработку, сохранение и трансляцию информации, необходимой для жизнедеятельности социума.

В качестве феноменов культуры рассматриваются результаты человеческой деятельности, имеющие стратегическое значение, то есть способствующие совершенствованию человека и общества. Обладая знаково-символической природой, культура обуславливает процессы социальной коммуникации, транслируя социально значимый опыт и обеспечивая заполнение лакун в осваиваемом в процессе жизнедеятельности пространстве.

Становление культуры связано с утверждением представлений о ценностях, формирующихся в результате адаптации людей к определенным природно-климатическим и социально-историческим условиям. Ценностная составляющая сообщает культуре ее качественное своеобразие, стилевую специфику, проявляющуюся в науке, искусстве, философии, этике, религии, праве, формах экономической и политической организаций, менталитете, образе жизни людей. Ценности проявляют себя в качестве общепризнанных норм, которые задают образцы и стандарты поведения и оказывают влияние на выбор между возможными поведенческими альтернативами. Неантагонистическая стабильная целостность ведущих ценностных ориентаций составляет ядро культуры, которое активно поддерживается на элитарном уровне и регулирует характер повседневных практик.

В ходе своего развития культура дифференцируется, усложняется, обновляется ее ценностная сфера. В зонах культурной периферии нарастают и усиливаются динамические процессы, создаются предпосылки для становления и развития новых культурных образований. В переходные для общества периоды, стимулируя коммуникативную активность, культуротворческая деятельность направлена на заполнение зон разломов, производство и трансляцию смыслов. Выступая в качестве механизма преемственности и модернизации в социуме, культура и сама претерпевает структурные и содержательные изменения.

Как известно, М. Маклюэн установил связь информационных революций с модернизацией записывающих и транслирующих устройств. Первая информационная революции была связана с изобретением письменности, вторая – книгопечатания, третья произошла в связи с освоением электричества и появлением кардинально нового способа передачи информации – телеграфа, телефона, радио. Четвертая связана с возникновением микропроцессорной технологии и компьютера [3].

Коммуникативное пространство современной культуры формируется технологиями, используемыми для создания, воспроизводства и распространения изображений. В социальной коммуникации, опосредованной компьютерными технологиями, визуальный образ становится основным средством передачи информации. Сообщение, отображающееся на дисплее, состоит из картинок, символов, видеосюжетов и представляет собой гипертекст, содержит систему отсылок на другие тексты, сюжеты. Визуальная рамка определяет специфику создания и функционирования этого текста.

Изобретение фотографии, кино, телевидения и Интернета привело к возрастанию роли визуальных образов в общественной жизни. Избыток образности во всех социальных сферах (в политике, культуре, экономике, массмедиа, шоу-бизнесе, *PR*-компаниях, Интернете, в рекламе, на телевидении) породил новую реальность или новое измерение в человеческом существовании. Ж. Бодрийяр назвал его «гиперреальностью», или реальностью образов, подменяющих собой (симулирующих) действительность. «Сегодня положение дел уже

© Храпова В. А., Земцова Я. М., 2014

таково, что у нас почти отсутствует выбор – мы захвачены этой пролиферацией образов, становлением-образом мира на экранах, становлением-образом нашей вселенной, превращением всего в образное» [2, с. 91].

Таким образом, в современной культуре отчетливо намечается визуальный поворот, который проявляется в возрастании роли образности в повседневной жизни человека и в обострении теоретического интереса к визуальной составляющей социальной реальности, (В. Беньямин, Г. Бѐм, Ж. Бодрийяр, Ж. Деррида, К. Мокси, М. Маклюэн, П. Вирильо, Р. Барт, М. Фуко, Ф. Джеймисон, Х. Бельтинг). Так, В. Беньямин ядром визуальной культуры считает фотографию, которая открывает эпоху бесконечного технического репродуцирования изображений [1]. Ф. Джеймисон в своих работах говорит о том, что визуальные формы вытеснили повествовательные, и в настоящее время они фундируют культуру. Возросшая визуальная составляющая в культуре порождает особый социальный опыт [5; 6]. Иконический поворот констатирует, что в истоке формирования актуальной реальности исключительна роль образа, воздействующего на этико-политическую и экономическую составляющие жизни. Мы «онемели перед образом, мы сообщаемся образами, мы, наконец, думаем образами, утрачивая лингвистический характер реальности» [4, с. 34].

Переход от вербального к визуальному способу передачи информации обусловлен новым онтологическим запросом. Динамичность жизни определяет доминирование в коммуникативном пространстве кратких емких образов, позволяющих оперативно работать с большими объемами информации. Современный компьютер позволяет мгновенно получать информацию по сети, дополнять вербальные тексты графическими изображениями, видеофильмами, звуком, что способствует целостному и многоуровневому восприятию информации. Изображение в качестве канала связи характеризуется максимальной пропускной способностью, а как резервуар для хранения информации – максимальной информационной емкостью. Гибкость и многоаспектность средств компьютерного отображения сообщения многократно усиливают степень его воздействия на человека. Минуя лингвистические преграды, визуальный образ способен создавать коммуникативные отношения.

Возрастание научного статуса исследований визуальной коммуникации связано в том числе с исчерпанием модерном как определенного типа культуры собственных оснований. В настоящее время подвергается сомнению предположение о целенаправленности истории, под вопросом оказалось убеждение о существовании незыблемых основополагающих принципов, на основании которых можно обосновывать знание, утрачена вера в возможности языка как прозрачного посредника, отражающего мир. Если в культуре, основанной на письменной фиксации информации, кодирование опиралось на принципы системности (концептуальность), детерминизма (линейная логическая последовательность причин и следствий), объективности (стремление к беспристрастности), современный аудиально-визуальный текст, имеющий нелинейную структуру, меняет систему мышления и предполагает иные способы кодирования.

В условиях, когда не работают социокультурные ориентиры, разрушаются общепризнанные нормы, и даже глубинные сферы межличностных отношений претерпевают серьезные структурные изменения, зоны комфорта, островки стабильности обнаруживаются в обычных житейских делах, сиюминутных, но повторяющихся переживаниях, повседневных практиках.

В современном глобализирующемся мире происходит размывание границ между элитарным, специализированным и повседневным уровнями культуры. С одной стороны, культурная информация становится общедоступной, с другой – усредненной и стандартизированной. Современные средства массовой коммуникации способствуют распространению массовой культуры, основными составляющими которой являются: индустрия новостей (пресса, телевидение, радио, Интернет), индустрия досуга (развлекательные мероприятия, оздоровительные программы, спорт, виртуальные игры), система образования (для детей и взрослых), тиражируемая мифология (упрощающая сложную систему ценностных ориентацией человека и многообразие оттенков миропонимания), система организации, стимулирования и управления потребительским спросом на вещи, услуги, идеи как индивидуального, так и коллективного пользования (реклама, имиджмейкерство, политтехнология). В настоящее время массовая культура представляет собой единое семиотическое пространство, формирующееся вокруг повседневной жизни людей.

Осмысливая происходящие в современной культуре структурные и содержательные изменения, идеологи визуального поворота обращают внимание на некоторые его следствия. Если в прежней культурной парадигме «материально проявленная “жизнь” мира игнорировалась во имя его читаемости, его рациональности, исследователи набрасывали свои интерпретации на объекты, стремясь их приручить, подчинить контролю через наделение значениями, которыми те могли и не обладать, то в настоящее время все чаще звучит убеждение в том, что мы можем порой иметь непосредственный доступ в окружающий мир, что субъект-объектное разделение, столь долго питавшее эпистемологические усилия, больше не имеет смысла» [7, p. 131]. Материальный, физический мир, реально ощущаемый мир возвращается к нам в ином, освобожденном от семиотических наслоений качестве.

Таким образом, доминирование в коммуникативном пространстве изображений оказывается своеобразным ответом на вызов современной социокультурной ситуации. С одной стороны, визуальные образы обладают способностью максимально быстро организовать эффективную коммуникацию, обменяться большими объемами информации без значительных ментальных и технологических усилий и при этом оказать достаточно сильное активизирующее воздействие. Как правило, на это и рассчитаны доминирующие в современной массовой культуре образы рекламы, моды, идеологии. Вместе с тем визуальный образ позволяет максимально ощутить состояние «здесь и сейчас», себя в мире. Виртуальное пространство, в котором господствуют визуальные образы, стимулирует способность к проектированию.

Список литературы

1. **Беньямин В.** Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. М.: Искусство, 1996. 239 с.
2. **Бодрийяр Ж.** Пароли. От фрагмента к фрагменту / пер. с франц. Н. Суслова. Екатеринбург: У-Фактория, 2006. 199 с.
3. **Маклюэн М.** Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего = *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man.* М.: Академический проект, 2005. 496 с.
4. **Савчук С.** Медиафилософия: формирование дисциплины // Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / под ред. В. В. Савчука. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2008. 346 с.
5. **Jameson F.** Postmodernism, or, The Cultural Logic of Late Capitalism. Durham, NC: Duke University Press, 1991.
6. **Jameson F.** The Political Unconscious: Narrative as a Socially Symbolic Act. Ithaca, N. Y.: Cornell University Press, 1981.
7. **Moxey K.** Visual Studies and the Iconic Turn // Journal of Visual Culture. 2008. № 7. P. 131-146.

VISUAL TURN IN CULTURE AND FORMATION OF NEW IMAGE OF SOCIAL REALITY

Khrapova Viktoriya Anatol'evna, Doctor in Philosophy, Associate Professor
Zemtsova Yaroslavna Mikhailovna
Volgograd State University
hrapova-v@mail.ru; yara-87@list.ru

Modern culture is characterized by the qualitative transformation of all the spheres of society life. The turn towards the visual method of the encoding and transmission of information is conditioned by a new ontological request, the reason for which lies in the fact that in the modern world the speed of life constantly grows, therefore communicative space is filled with capacious images allowing a human being to process large amounts of information structuring the integral picture of reality.

Key words and phrases: social reality; transformation; communication; visual turn.

УДК 93/94
Исторические науки и археология

Статья посвящена одному из малоисследованных аспектов советской пропаганды и культуры на территории Калининской области в 1943-1945 гг. – работе изб-читален. Исследованы проводившиеся на их базе культурно-пропагандистские мероприятия, в том числе лекционная, библиотечная работа, мероприятия по распространению пропагандистской печатной продукции. Показана эффективность работы изб-читален, их роль в просвещении сельских жителей, освободившихся от нацистского влияния, а также трудности и недостатки в работе этих очагов культуры. Статья подготовлена на основе архивных источников, впервые введенных в научный оборот.

Ключевые слова и фразы: оккупация; изба-читальня; избач; литература; библиотека; выставка; плакат.

Цветков Александр Владимирович
Тверской государственный университет
komrad.tswetkov2012@yandex.ru

РОЛЬ ИЗБ-ЧИТАЛЕН В КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОЙ РАБОТЕ В СЕЛАХ КАЛИНИНСКОЙ ОБЛАСТИ ПОСЛЕ НЕМЕЦКОЙ ОККУПАЦИИ©

Среди моментов, касающихся восстановления народного хозяйства и культурной жизни после освобождения оккупированных нацистами территорий РСФСР, в частности Калининской области, практически не освещалась роль изб-читален. К вопросам, отраженным в исторических исследованиях, относится культурная жизнь в оккупированных районах Калининской области в ее довоенных границах [2]. Однако сферам культурной жизни в постоккупационный период уделено недостаточно внимания. Такие очаги культуры как избы-читальни просто не упоминаются [Там же]. Даже в исследованиях, посвященных особенностям воплощения оккупационной политики, вопрос самого существования изб-читален игнорируется [3]. Что касается мемуарной литературы, в ней довольно часто описываются очаги культуры как оккупационного, так и постоккупационного периодов, и хотя по смыслу совершенно ясно, что речь часто идет об избах-читальнях, само это название по неизвестной причине не упоминается [1]. В то же время, именно избы-читальни стали основными очагами культуры и пропаганды. Не имея возможности обеспечить газетами и прочими печатными материалами каждого человека в отдельности, советские партийные органы, ответственные за пропаганду, стали придавать большее значение избам-читальням, домам культуры и прочим учреждениям, связанным с культурой и политическим просвещением. Как выглядела работа этих учреждений, какие задачи перед ними ставились и какие были трудности в их работе, мы можем узнать из сохранившихся стенограмм выступлений руководителей домов культуры или изб-читален Калининской области, а также тех, кто курировал их работу на совещании в ноябре 1943 г. Все избы-читальни, библиотеки, краеведческие музеи, дома

© Цветков А. В., 2014