

Симбирцева Наталья Алексеевна

### **ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕКСТ КАК ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

Визуальный текст в условиях современной культуры ориентирован не только на активное воздействие в пределах социума, но и на прочтение, осмысление и интерпретацию. Яркие примеры бытования визуального - реклама, слоганы, граффити, баннеры, рекламные растяжки, ТВ-ролики. Они демонстрируют способность воздействовать и управлять человеческим сознанием, формируя особый тип мышления. Современный человек "обречен" на прочтение визуальных текстов, вписанных в пространство его повседневности.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2013/7-1/48.html](http://www.gramota.net/materials/3/2013/7-1/48.html)

Источник

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

Тамбов: Грамота, 2013. № 7 (33): в 2-х ч. Ч. I. С. 183-185. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2013/7-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2013/7-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

УДК 81"42-028.22

**Культурология**

*Визуальный текст в условиях современной культуры ориентирован не только на активное воздействие в пределах социума, но и на прочтение, осмысление и интерпретацию. Яркие примеры бытования визуального – реклама, слоганы, граффити, баннеры, рекламные растяжки, ТВ-ролики. Они демонстрируют способность воздействовать и управлять человеческим сознанием, формируя особый тип мышления. Современный человек «обречен» на прочтение визуальных текстов, вписанных в пространство его повседневности.*

*Ключевые слова и фразы: Visual Studies; визуальное; визуальный текст; визуальная культура; видение; интерпретация.*

**Симбирцева Наталья Алексеевна**, к. культурологии, доцент  
Уральский государственный педагогический университет  
Simbirtseva.nat@yandex.ru

**ВИЗУАЛЬНЫЙ ТЕКСТ КАК ЯВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ<sup>©</sup>**

*Статья написана в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг. Государственный контракт № 14.740.11.1117.*

Стремительный всплеск интереса к проблемам визуального на рубеже XX-XXI веков вызван практиками бытования этого феномена в повседневной, профессиональной, научной сферах. Социально-культурная сущность визуального выводит его не только на статус доминанты современной культуры, но и универсалии: вне зримой реальности человек себя не мыслит и не воспринимает. Подчас визуальное приобретает агрессивный, навязчивый и назойливый характер: реклама, баннеры, растяжки не позволяют не реагировать на них, «цепляются» глазом. Хотя схемы, картинки, презентации, демонстрационный материал делают текстовую информацию более доступной для понимания.

Потребительское предпочтение отдается готовой форме образа: книга уступает место экранизации, рекламный текст вымещается узнаваемой или экспрессивной картинкой, музейная экскурсия заменяется «посещением» сайта музея, знакомство с городом может ограничиться просмотром фотографий, общение в *Skype* и по электронной почте – быстрее и эффективнее, нежели по письмам от руки... Во всех этих практиках есть как свои плюсы, так и минусы (подр. см. [5]). Очевидно, что скорость информационных потоков в настоящее время настолько велика, что человек подсознательно выбирает более легкие и экономичные пути их обработки и трансляции. Но в стремлении успеть за временем, не выбиться из заданного напряженного жизненного ритма современный человек (преимущественно горожанин, житель мегаполиса) теряет то, что называется удовольствием от прямого процесса общения с книгой, похода в музей, прогулок по городу, написания письма и ожидания ответа в той же форме...

Особенности зрительного восприятия отсылают к исследованиям в области физиологии, психологии, гештальта, семиотики, литературоведения и риторики. Советский теоретик дизайна, Е. Черневич, разграничивал зрение и видение. Под первым он понимал пассивное восприятие, когда глаз фиксирует нечто само по себе, без определенной задачи. Под вторым – процесс активного восприятия, который предполагает соотнесение изображения с предметом и его осмысление. По Е. Черневичу, «видеть изображение – значит прочесть его, как текст, специально настроившись на раскрытие всевозможных символов и отношений, которые в нем заключены, т.е. обнаружить тот контекст, в котором это изображение выступает» [6, с. 19].

Б. М. Бим-Бад визуальное мышление определяет как «способ творческого решения проблемных задач в плане образного моделирования. Основой визуального мышления выступает наглядно-действенное и наглядно-образное мышление, где при уподоблении предметно-практических и чувственно-практических действий свойствам объектов формируются внешние перцептивные действия. В дальнейшем происходят сокращение и интериоризация этих действий. В развитой форме визуальное мышление характерно для архитекторов и дизайнеров» [2, с. 34]. Визуальное мышление – это сознательный процесс конструирования и визуализации образа, доведенный до профессионализма. Процент людей, обладающих подобными навыками, не так уж и высок.

Нельзя не согласиться с тем, что еще в конце прошлого столетия Н. Мирзоев писал об особом стиле поведения в условиях доминирования визуальной культуры: глобализация, высокая скорость производства и потребления визуальных продуктов, экранность, доминирование визуальных медиа во всех сферах повседневной жизни, ослабление способностей критического мышления [7, р. 3-4].

Интеграция знаний гуманитарных наук (литературоведения, истории, истории искусства, исследований медиаккультуры и коммуникаций, киноведения) дала определенный результат: рассмотрение явления визуальной культуры предполагает системный и целостный анализ, при котором учитываются возможные уровни интерпретации. Аккумуляция и систематизация знаний порой представляются затруднительными, особенно для начинающих исследователей, по нескольким причинам.

Во-первых, *Visual Studies* – направление, сложившееся в начале 2000-х гг. в западной гуманитаристике. Научная этика обязывает к знанию и описанию опыта *Visual Studies* в иностранной литературе. Не все работы зарубежных авторов есть в переводе. Владение языком и умение адаптировать перевод первоисточника – гарант создания объективной картины научного исследования. Увы, не все идут этим путем.

Во-вторых, в отечественной науке феномен визуального как непосредственно объект изучения стал оформляться в последние 10-20 лет, и акцент делается не на видах и способах видения искусства, а на современных и актуальных явлениях культуры и социума. Таким образом складывается особый дискурс в российской науке. Следует заметить, что в отечественной литературе вопросы визуального рассматривались в общей системе эстетики, а именно – в связи со спецификой восприятия произведения искусства (М. М. Бахтин, Ю. Б. Борев, М. С. Каган, П. А. Флоренский и др.).

В-третьих, само явление визуального настолько широко и всеохватно, что требует конкретизации. Здесь существует опасность сведения объекта анализа до минимума так, что его детерминантные связи с действительностью становятся малозаметными. Да и сама структурно-функциональная составляющая с учетом выбранного подхода не всегда оказывается прописанной.

В западной науке визуальное понимается в более узком смысле и имеет контекстуальное значение. Речь идет о восприятии и понимании произведений искусства. Для искусствоведов естественными являются связь визуального образа с действительностью и дальнейшее его бытование. Причем анализ творчества художников ведется именно через видение: художник приватизирует, присваивает пространство и визуализирует его в образе, впитавшем не только лично значимые ценности его создателя, но и ценностные ориентиры эпохи.

Видение – это активный процесс, побуждающий к действию, будь то активное или пассивное восприятие. Оно вызывает оценочность в плане «цепляет» – «не цепляет». По Р. Арнхейму, эстетическое восприятие – это активный творческий процесс. Зрение обладает динамичностью: «если скульптура или картина не выражали бы динамики напряжения, они не смогли бы достоверно отображать нашу жизнь. Принимая во внимание только ограниченную область зрительного восприятия, можно сказать, что экспрессия основывается лишь на одном напряжении. Она указывает на универсальность моделей сил, приобретенных в результате жизненного опыта при восприятии конкретных образов: растяжение и сжатие, согласованность и противоречие, подъем и падение, приближение и удаление» [1, с. 385-386].

«Видеть – значит, верить» – это основной принцип интерпретации XXI века и принцип, ставший актуальным для выстраивания диалога с прошлым. Особенно популярными сейчас являются научно-популярные фильмы и фильмы-реконструкции, жизнеописания художников, писателей, композиторов, истории отдельных шедевров. Книжный формат оказался вымещен за пределы потребительских интересов. Уровень и «кредит» доверия выстраиваемому визуальному ряду настолько высок, что возникают вопросы, связанные с критериями оценки качества, достоверности, правдивости транслируемой информации. Состоит ли диалог в условиях визуальной культуры?

Культурный текст изначально ориентирован на субъекта восприятия. Интерпретация визуальных образов – процесс от концентрации внимания на содержимом текста к их осмыслению на различных уровнях. Без субъектной составляющей феномен визуального вызывал бы меньше интереса: механизмы и способы восприятия можно описывать лишь в общих чертах, так как культура – это живой механизм, и человек – это вселенная с ее тайнами и загадками. Фактор субъективного нельзя просчитать до микрон и свести до схематизма. Визуальное познание имманентно сущности человека, так как обусловлено психофизиологией. Субъект восприятия и визуальное сливаются в единое целое, при этом происходят «схватывание», различение и узнавание пространства и предметной среды. И дистанция между вещным миром и человеком стирается (подр. см. [3, с. 114-119]).

Ориентируясь на опыт американских исследователей, Р. Ю. Порозов предлагает под визуальным образом понимать «не только непосредственное наблюдение факта реальности (инструментально либо «в чистом виде»), но также отражение данного факта в ментальности человека или коллектива. Т.е. визуальный образ – это результат деятельности нормативного и ценностного аппарата человека или коллектива, —видение», пропущенное сквозь культуру» [4, с. 220]. Сам визуальный образ обладает динамичностью, перемещаясь во времени и пространстве. Символы и знаки предшествующих эпох, сохраняя свою эстетическую ценность, во времени приобретают новые, дополнительные смыслы. Визуальный текст, в отличие от визуального образа, не только воспринимается субъектом, но и прочитывается. Это прочтение может носить как активный (осмысленный) характер, так и пассивно-созерцательный.

Обозначим, что мы понимаем под визуальным текстом. *Визуальный текст* – это зримая (воспринимаемая глазом) структурно-функциональная модель, в которой ценности и нормы определенной культуры носят кодовый характер и представлены в виде знаков, символов и образов, взаимосвязанных между собой различными контекстуальными связями; модель визуально воспринимаемой реальности «строится» по субъект-субъектному/субъект-объектному принципу с помощью экстралингвистических средств. Визуальный текст не дает возможности человеку игнорировать его: в преобладающем большинстве случаев человек «обречен» на прочтение визуального текста. Данный вид текста уже имплицитно рассчитан на читателя особого типа...

Разница между визуальным и визуализированным, казалось бы, очевидна. Отличие второго от первого в том, что лингвистический текст переводится в систему знаков и символов визуальной культуры. Некоторые лингвисты и филологи предпочитают употреблять формулировку «креолизованный текст».

Текстовая реальность сегодня все активнее заменяется экранными образами и визуальным рядом. Современный человек, погруженный в технологизированную среду, мыслит «картинками» и воспринимает информацию, представленную преимущественно в зрительных образах.

Узнавание традиционных ценностей, транслируемых с помощью визуального ряда, происходит в пределах сжатой формы (например, в рекламе), где за внешней и видимой простотой кроются сложность и глубина. Ориентация рынка массового потребления на легко усвояемые ценности, преимущественно «схваченные» глазом, – общий характер современной культуры. А между кем и кем оказывается визуальный образ как текст – это вопрос, рождающий порой конфликтные версии диалога между автором/создателем и читателем/интерпретатором.

#### Список литературы

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Прогресс, 1974. 392 с.
2. Бим-Бад Б. М. Педагогический энциклопедический словарь. М.: Большая российская энциклопедия, 2002. 528 с.
3. Колодий В. В. Видение и особенности современного визуального опыта // Известия Томского политехнического университета. 2011. Т. 318. № 6. С. 114-119.
4. Порозов Р. Ю. Визуальное как доминанта современной культуры // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2011. Вып. 2 (36). С. 219-221.
5. Симбирцева Н. А. Визуальное в современной культуре [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cultural-research.ru/Simbirzeva.pdf> (дата обращения: 05.05.2013).
6. Черневич Е. Язык графического дизайна: материалы к методике художественного конструирования / ВНИИТЭ. М., 1975. 437 с.
7. Mirzoeff N. Introduction to Visual Culture. L. – N. Y., 1999.

#### VISUAL TEXT AS PHENOMENON OF MODERN CULTURE

Simbirtseva Natal'ya Alekseevna, Ph. D. in Art Criticism, Associate Professor  
Ural State Pedagogical University  
[Simbirtseva.nat@yandex.ru](mailto:Simbirtseva.nat@yandex.ru)

Visual text under modern culture conditions is directed towards not only active influence within socium, but also towards reading, comprehension and interpretation. Advertisements, slogans, graffiti, advertisement banners, TV-commercials are notable examples of visual being. They demonstrate the ability to influence and control human consciousness, forming a particular type of thinking. The modern man is “doomed” to read visual texts inscribed in the space of his daily life.

*Key words and phrases:* Visual Studies; visual; visual text; visual culture; vision; interpretation.

УДК 61(09)

#### Исторические науки и археология

*В условиях современного реформирования системы здравоохранения наблюдается повышенный интерес к историческому опыту постановки «медицинской части» в России. В статье рассматриваются вопросы обеспечения городского населения государственной и негосударственной медицинской помощью в первой половине XIX в., оценивается степень ее доступности. Автор стремится восполнить пробел в истории здравоохранения этого периода, сосредоточенной преимущественно на изучении деятельности государственных органов и отдельных учреждений.*

*Ключевые слова и фразы:* приказы общественного призрения; лечебные учреждения; неимущее население; негосударственная медицинская помощь; оспопрививание; противоэпидемические мероприятия.

Смирнова Елена Михайловна, к.и.н., доцент  
Ярославская государственная медицинская академия  
[smirnova.klio@mail.ru](mailto:smirnova.klio@mail.ru)

#### МЕДИЦИНСКАЯ ПОМОЩЬ ГОРОДСКОМУ НАСЕЛЕНИЮ РОССИЙСКОЙ ПРОВИНЦИИ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XIX ВЕКА<sup>©</sup>

Становление государственной системы медицинского обслуживания в России относится к XVIII в. Основное внимание на протяжении столетия уделялось медицинскому обеспечению армии и флота, но были сделаны первые шаги и в организации гражданского здравоохранения. К ним относятся указы об открытии первых частных аптек, призрении незаконнорожденных, мероприятия по санитарному надзору, назначение врачей в столичные и «знатные» города России. Среди достижений екатерининского времени – учреждение