

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.43>

Федоровская Наталья Александровна

Специфика визуальной коммуникации в изобразительном искусстве

В статье рассматриваются особенности визуальной коммуникации в контексте изобразительного искусства. Автором установлено, что визуальная коммуникация обладает ярко выраженной спецификой, связанной с взаимодействием арт-объекта и субъекта-зрителя. В работе выявлены две фазы визуальной коммуникации (первая связана с передачей информации от произведения искусства к зрителю; вторая - с обратным воздействием субъекта на арт-объект), изучен эффект "отложенной" коммуникации, обосновано, что произведения изобразительного искусства вступают со зрителем как в одностороннюю, так и в двустороннюю коммуникацию. Благодаря обратной связи произведения искусства обретают через их созерцание и чтение свой смысл и значение в культуре.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2020/4/43.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 4. С. 218-221. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2020/4/

© 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: hlist@gramota.net

Теория и история искусства

Theory and History of Art

УДК 7.011; 7.067

Дата поступления рукописи: 18.01.2020

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.43>

В статье рассматриваются особенности визуальной коммуникации в контексте изобразительного искусства. Автором установлено, что визуальная коммуникация обладает ярко выраженной спецификой, связанной с взаимодействием арт-объекта и субъекта-зрителя. В работе выявлены две фазы визуальной коммуникации (первая связана с передачей информации от произведения искусства к зрителю; вторая – с обратным воздействием субъекта на арт-объект), изучен эффект «отложенной» коммуникации, обосновано, что произведения изобразительного искусства вступают со зрителем как в одностороннюю, так и в двустороннюю коммуникацию. Благодаря обратной связи произведения искусства обретают через их созерцание и чтение свой смысл и значение в культуре.

Ключевые слова и фразы: коммуникация; специфика визуальных коммуникаций; фазы визуальных коммуникаций; односторонняя коммуникация; двусторонняя коммуникация; «отложенная» коммуникация.

Федоровская Наталья Александровна, д. иск., доц.
Дальневосточный федеральный университет, г. Владивосток
fedorovska@mail.ru

Специфика визуальной коммуникации в изобразительном искусстве

Происходящие в современном обществе процессы затрагивают проблемы взаимодействия и обмена информацией как между отдельными субъектами, так и группами. В связи с этим особую роль приобретает понятие «коммуникация». Оно широко используется в технических и гуманитарных отраслях знания, а также в бизнесе, маркетинге, рекламе и других сферах жизнедеятельности человека, которые напрямую зависят от взаимодействия между людьми.

В настоящее время существует множество трактовок определения этого понятия, которые традиционно отталкиваются от латинских “communicatio” (commūnicātio), в переводе означающего сообщение, передачу, беседу, разговор, и “communico” – делать общим, связывать, соединять, беседовать [10]. Так, например, для технических направлений термин используется для обозначения: пути сообщения, линии энерго-, тепло-, газо- и водоснабжения, обмен информацией, осуществление связи, взаимодействие и т.п. В гуманитарной сфере под коммуникацией понимается общение, контакт, связь, обмен мыслями, сведениями, идеями, передача сообщения посредством языка и других знаковых систем [3; 4].

Актуальность темы данного исследования заключается в том, что процесс коммуникации чаще всего воспринимается через вербальную, реже – невербальную передачу информации между людьми или группой людей. Причем к невербальной (мимика, жесты, позы, движение тела и т.п.) и паравербальной (интонация, ритм, тембр и т.п.) коммуникации относятся действия, в той или иной степени связанные с процессом взаимодействия субъектов [1; 5]. В результате, в научной среде формируется общее смысловое пространство, подразумевающее под коммуникацией особую форму взаимодействия между субъектами, предполагающую связь, общение, передачу и обмен сообщениями, данными, информацией. Причем обмен информацией далеко не всегда происходит посредством вербального общения.

Нацеленность на человека, на возможность посредством коммуникативного действия получить конкретный результат предопределила прикладную направленность теоретических социо-гуманитарных исследований в этой области. Следует отметить работы Ф. И. Шаркова, А. П. Садохина, С. Г. Тер-Минасовой и др. отечественных исследователей, внесших значительный вклад в развитие теории коммуникации, связанной с вербальным обменом информацией. В то же время, несмотря на, казалось, разработанную применительно к разным областям теорию, многие внутренние процессы коммуникации все еще остаются не до конца осмысленными. В частности, вопросы, связанные с визуальной коммуникацией.

Целью статьи стало рассмотрение особенностей визуальной коммуникации в изобразительном искусстве, предполагающих взаимодействие арт-объекта и субъекта. В качестве основных методологических подходов используются компаративный и структурно-функциональный **методы**, позволяющие решить поставленные в работе **задачи**: во-первых, определить специфику визуальной коммуникации; во-вторых, рассмотреть основные фазы взаимодействия арт-объекта и субъекта; в-третьих, обосновать возможность как односторонней, так и двусторонней коммуникации.

Научная новизна статьи заключается во вскрытии малоизученных особенностей визуальной коммуникации, в частности, эффекта «отложенной» коммуникации; в выявлении наиболее значимых фаз взаимодействия арт-объекта и субъекта и обосновании возможности двусторонней коммуникации.

В последние десятилетия в мировой практике активно применяется понятие «визуальная коммуникация», ставшее частью набирающих популярность визуальных исследований и определяющее своей сферой действия обмен знаково-символической информацией посредством доступных зрительно визуальных образов [2; 8; 9]. Значение визуального восприятия информации сложно переоценить, так как через зрение человек получает значительную часть сведений об окружающем его мире. Данный обмен активно используется в искусстве, дизайне, средствах массовой информации, медиа, рекламе. Обратим внимание на то, что эта разновидность коммуникации имеет свою природу «общения» и выходит за рамки привычной теории.

Рассмотрим подробнее специфику визуальной коммуникации. Визуальная коммуникация предполагает, во-первых, наличие между коммуницирующими субъектами (автором и зрителем) посредника – некий замещающий субъекта-создателя визуальный объект, посредством которого осуществляется или должна осуществляться коммуникация; во-вторых, взаимодействие между субъектом и материальным объектом (зрителем и арт-объектом).

Созданный автором (группой авторов) объект может быть произведением изобразительного искусства, архитектурным памятником, скульптурой, рекламным плакатом, граффити, дорожным указателем и т.п. Причем визуальный объект несет в себе идеи, не всегда принадлежащие его создателю (создателям). Он представляет широкий спектр возможностей для передачи комплекса дополнительной, осознанно или неосознанно используемой автором информации, отражающей приняты в данной культуре нормы и правила, стилевую концепцию эпохи, национальной школы, желания заказчика и т.д.

Коммуницирующий объект после своего создания начинает жить самостоятельно, получая относительную независимость как от своего создателя, так и от считывающего с него информацию зрителя. Объекты визуальной культуры не имеют конкретного адресата: каждый берет из него ту часть информации, которую способен в тот момент воспринять. Коммуникация в этом случае может осуществляться на разных уровнях, так как считываются разные слои информации. Визуальная коммуникация предполагает также эффект «отложенности» осуществления коммуникативного процесса, когда визуальный объект может веками ждать своего зрителя, чтобы процесс коммуникации был осуществлен.

В качестве причины визуальной коммуникации может выступать сам факт существования какого-либо объекта, выступающего в качестве коммуникативного источника. Например, произведение изобразительного искусства вне зависимости от времени, места, условий и причин его создания является таким источником и находится в постоянно ждущем режиме для начала процесса взаимодействия со зрителем. Существующие объекты культуры и искусства способны формировать частный интерес, являющийся причиной межкультурных коммуникаций. Особую роль также играет государственная политика, диктующая визуальные предпочтения для общества.

В современной теории коммуникации хорошо описаны принципы передачи информации от субъекта к субъекту, типы и функции коммуникации. Например, Ф. И. Шарков выделяет внутрилличностные, межличностные, межгрупповые, межорганизационные, массовые, горизонтальные, вертикальные, информативные, образовательные, научные и другие типы коммуникаций, которые напрямую связаны с функциями, которые они выполняют в обществе [7, с. 103-112]. Т. Г. Грушевицкая, В. Д. Попков и А. П. Садохин выявляют информационные, социальные, экспрессивные, прагматические, интерпретативные функции для межкультурной коммуникации [1, с. 119-121] и т.д. При перенесении вербальной теории на визуальную коммуникацию возникают особенности, требующие освещения.

В первую очередь, обратим внимание на то, что наиболее очевидным доказательством любой произошедшей коммуникации становится объективно ощущаемый результат, получаемый в процессе взаимодействия и обмена информацией. Результат может быть проявлен: на эмоциональном уровне, когда в процессе любой формы обмена (вербального, невербального, паравербального, визуального, эмоционального и др.) происходит изменение эмоционального фона субъекта; на рациональном уровне – принятие идей, совершение действий, поступков, создание статьи, книги, произведения искусства и т.д.

Причем оба уровня могут быть неразрывно связанными между собой, осознанными или неосознанными как для участников обмена информацией, так для окружающих, в том числе и для исследователей. В связи с этим проследить и объективно доказать результаты какой-либо конкретной коммуникации очень сложно, так как они могут быть неочевидными [6, с. 42]. Во многих случаях о них можно судить лишь спустя длительный период времени, исходя из косвенных свидетельств и событий.

Результаты обмена информацией между коммуницирующими арт-объектом и субъектом в каждом конкретном случае будут различны. В рамках данной статьи укажем лишь на наиболее очевидные результаты, сформированные на основе эмоционального и рационального уровней, которые можно выявить у субъекта.

К такому следует отнести: информирование, обучение, воспитание, включающие толкование и интерпретацию произведения; формирование на основе произведений изобразительного искусства образного мышления, художественных навыков, а также нравственно-эстетических норм и знаний о культурных традициях, национальных и этнических стилях и т.д.

Применительно к произведениям изобразительного искусства процесс взаимодействия источника, носителя культурного наследия, и субъекта можно условно разделить на две фазы. Первая фаза связана с передачей информации от источника-донора к получателю-реципиенту; вторая – с т.н. обратной связью, «отдачей», замыкающей круг коммуникации. Предполагается, что в идеале коммуникация должна представлять равноценный, двусторонний обмен информацией. В этом случае речь идет о двустороннем типе коммуникации, который, на первый взгляд, кажется единственно возможным, ведь коммуникация предполагает обмен, т.е. подразумевает двустороннюю связь. Но что делать, если на практике эту «двусторонность» выявить порой не удастся?

Даже в ситуации вербальной передачи информации вторая фаза, т.е. «отдача», может быть неявной или отсутствовать вовсе. Моделируется ситуация односторонней (однаправленной) коммуникации, когда есть несущий информацию донор и получающий ее реципиент. В случае с визуальной коммуникацией ситуация усложняется тем, что донором-источником выступает материальный объект, который воздействует на зрителя.

Так, произведение изобразительного искусства содержит находящуюся в режиме ожидания «отложенную» информацию, которая транслируется появлению вблизи источника субъекту. Зритель-реципиент осознанно или неосознанно воспринимает сведения о сюжетной, образно-символической, формально-стилевой системах, эмоциональном строе произведения, его графических символах, позволяющих подключать вербальные уровни (пример, при восприятии надписей) и других визуальных формах. Поэтому он далеко не всегда может внятно объяснить, как на него подействовала та или иная картина, что он увидел в работах художника и т.д.

Особенности и уровни восприятия у каждого зрителя разные. Например, очевидно, что глубина считывания информационного кода произведения изобразительного искусства у ребенка и взрослого, художника, искусствоведа, ценителя искусства и случайного неподготовленного человека, принадлежащих к одной с автором или разным культурным традициям, будет различной. В связи с этим перечисленные выше показатели в каждом конкретном случае приобретают уникальную специфику и требуют отдельного изучения.

Вторая фаза взаимодействия подразумевает обратную связь. Отметим, что на самом деле ее выявление, даже при вербальной форме коммуникации, представляется не всегда возможным. В основном она «подразумевается», так как любое сообщение так или иначе воспринимается реципиентом и имеет свой результат. Однако в ситуации, когда нужно понять, в чем конкретно и на каком уровне проявляется воздействие донора и отдача реципиента, возникают серьезные проблемы.

Если в процессе первой фазы арт-объект воздействует на зрителя, то вторая фаза предполагает, что субъект (зритель) должен, в свою очередь, каким-либо образом воздействовать на арт-объект, чтобы происходил полноценный обмен информацией. Если исключить факт физического воздействия или использования интерактивных форм работы с произведениями искусства, то вызывает сомнения сама возможность подобного обмена: на первый взгляд, коммуникативное взаимодействие ограничивается очевидной первой фазой, в которой произведение искусства оказывает влияние на зрителя, т.е. в данном случае речь идет об односторонней коммуникации.

Однако изучение внутренней сущности коммуникативных процессов свидетельствует о том, что в определенных случаях возможно наблюдение обратной связи и, следовательно, полноценного двустороннего обмена. Очевидно, что для выявления и фиксации факта восприятия информации необходимы объективные доказательства, которые позволяют выявлять специфическое воздействие субъекта-зрителя на визуальные объекты.

Вторая фаза обмена между зрителем и арт-объектом может проявляться в следующем. Любое произведение искусства создается, в конечном итоге, для того, чтобы быть оцененным зрителем, стать частью визуального наследия эпохи. Поэтому без субъекта существование произведений искусства самих по себе становится бессмысленным. Зритель формирует результатами своего восприятия информационное пространство и культурный код эпохи и, тем самым, особым образом «воздействует» на арт-объекты.

Более того, нельзя забывать о том, что произведение изобразительного искусства несет в себе информацию, заложенную его создателем. Автор через объект-посредник выступает в качестве того изначального источника, который посредством дистанционного общения и отложенной на неопределенное время коммуникации со зрителем также получает результат – признание общества, осознание своего вклада в развитие искусства. Иногда озвучиваемая художниками мысль о том, что для них не важно, найдут ли их творения своего зрителя и получат ли они оценку и признание, не всегда соответствует истине, являясь эпатажной защитной реакцией авторов и попыткой отстоять свою независимость от давления общества.

В заключение отметим, что визуальная коммуникация имеет ярко выраженную специфику, которая проявляется в возможности наделяния коммуникативными свойствами объектов, вместо традиционно предполагающегося в общей теории коммуникации взаимодействия субъектов. Визуальная коммуникация в изобразительном искусстве определяется посредством выявления ее результата, который может проявиться не сразу, а по прошествии времени. Арт-объект способен веками ждать зрителя, способного его воспринять, в этом случае можно говорить об «отложенной» коммуникации. Выявленные две фазы позволяют четко проследить процесс визуальной коммуникации, указывая на то, что наряду с односторонней коммуникацией (воздействие арт-объекта на зрителя) выявляется двусторонняя коммуникация, когда благодаря обратной связи произведения искусства обретают через их созерцание и чтение свой смысл и значение в культуре.

Полученные результаты направлены на развитие как теории коммуникации, так и теории художественного восприятия. Выявление специфических черт визуальной коммуникации позволяет более четко представлять процесс взаимодействия произведений искусства и зрителя, что расширяет возможности для искусствоведческих и культурологических исследований.

Список источников

1. **Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д.** Основы межкультурной коммуникации / под ред. А. П. Садохина. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. 352 с.
2. **Деточенко Л. С., Лобко В. В., Межеричкая Н. В. и др.** Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / под ред. В. О. Пигулевского, А. В. Овруцкого. Х.: Гуманитарный центр, 2015. 430 с.
3. **Коммуникация** [Электронный ресурс] // Толковый словарь Ефремовой. URL: <https://gufo.me/dict/efremova/коммуникация> (дата обращения: 02.01.2020).
4. **Коммуникация в социолингвистике** [Электронный ресурс] // Жеребило Т. В. Словарь лингвистических терминов. URL: [https://rus-lingvistics-dict.slovaronline.com/1602-коммуникация в социолингвистике](https://rus-lingvistics-dict.slovaronline.com/1602-коммуникация%20в%20социолингвистике) (дата обращения: 02.01.2020).
5. **Тер-Минасова С. Г.** Язык и межкультурная коммуникация: учебное пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация». М.: Слово, 2008. 261 с.
6. **Федоровская Н. А., Цинь Сяо Фэн.** Проявление российско-китайской межкультурной коммуникации в изобразительном искусстве Китая // Диалог культур Тихоокеанской России и сопредельных стран: межэтнические, межгрупповые, межличностные коммуникации: сборник тезисов III Национальной научной конференции с международным участием. Владивосток: ИИАЭ ДВО РАН, 2019.
7. **Шарков Ф. И.** Коммуникология: основы теории коммуникации. М.: Дашков и К, 2013. 487 с.
8. **Шевченко В. Э.** Теоретические основы визуальной коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-vizualnoy-kommunikatsii> (дата обращения: 28.09.2019).
9. **Эдвардс М.** Визуальные коммуникации. Как убеждать с помощью образов. М.: Бомбора, 2019. 139 с.
10. **Communicatio** [Электронный ресурс]. URL: <http://linguaeterna.com/vocabula/show.php?n=9427> (дата обращения: 02.01.2020).

Specificity of Visual Communication in Fine Art

Fedorovskaya Natal'ya Aleksandrovna, Doctor in Art Criticism, Associate Professor
Far Eastern Federal University, Vladivostok
fedorovska@mail.ru

The article examines specificity of visual communication in the context of fine art. It is shown that visual communication is highly specific due to interaction of an art object with a subject-viewer. Two stages of visual communication are identified (the first one is associated with information transfer from an art object to a viewer; the second one – with a subject's feedback on an art object), effect of “delayed communication” is examined; it is proved that fine art works initiate both one-sided and two-sided communication with a viewer. The conclusion is made that artworks acquire cultural meaning due to their openness for interpretation.

Key words and phrases: communication; specificity of visual communications; stages of visual communications; one-sided communication; two-sided communication; “delayed communication”.