

УДК 130.2

## СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРА В ВИЗУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

*Казарина Татьяна Юрьевна*, доцент кафедры дизайна, Кемеровский государственный университет культуры и искусств (г. Кемерово, РФ). E-mail: [tatkazarina@gmail.com](mailto:tatkazarina@gmail.com)

Статья посвящена процессуальным характеристикам современной культуры, которая предстает как визуальное пространство, включающее в себя визуальную среду и визуализирующую деятельность.

Ведущим фактором развития современной культуры, доминирующей тенденцией и одновременно процессом выделяется процесс визуализации. В статье представлен анализ феномена визуализации в зарубежных и отечественных теоретических источниках, в практиках современного визуального искусства. Подчеркивается междисциплинарный характер развития процесса визуализации.

Определяются специфические особенности функционирования современной культуры через анализ визуального пространства, в котором осуществляется визуализирующая деятельность современного человека, и обозначение специфического понятия «визуальная среда» (внешняя и внутренняя), дается анализ ее качественных характеристик. Особое внимание в статье уделяется виртуальному характеру развития визуального пространства современной культуры. Доказывается, что визуальное пространство формируется под комплексным воздействием таких социокультурных факторов, как урбанизация и интеграция общества, информатизация и массовизация культуры, интенсификация жизнедеятельности людей. Рассматриваются как негативные, так и позитивные факторы процесса визуализации современной культуры.

Автор публикации делает основные выводы по проблеме развития современной культуры как визуального пространства и формулирует понятие «визуализация» с точки зрения культурологического подхода, в котором выделяются основные функциональные характеристики процесса визуализации.

**Ключевые слова:** современная культура, визуальное пространство, визуальная среда, визуализирующая деятельность, визуализация, виртуальная среда, визуальный образ.

## MODERN CULTURE IN VISUAL SPACE

*Kazarina Tatyana Yurievna*, Docent of Department of Design, Kemerovo State University of Culture and Arts (Kemerovo, Russian Federation). E-mail: [tatkazarina@gmail.com](mailto:tatkazarina@gmail.com)

The article is devoted to procedural characteristics of modern culture, which appears as a visual space, including the visual environment and visualizing activity.

The leading factor in the development of modern culture, dominant trend, while the process allocates the process of visualization. The paper analyzes the phenomenon of visualization in foreign and domestic

theoretical sources in the practice of contemporary visual art. It emphasizes the interdisciplinary nature of the visualizing process.

It determines by the specific features of the functioning of contemporary culture through the analysis of visual space in which the visualizing activity of modern man, and the designation of a specific concept of "visual environment" (internal and external), provides an analysis of its qualitative characteristics. Special attention is paid to the virtual nature of the visual space of contemporary culture. It is proved that visual space is formed under the influence of a complex socio-cultural factors such as urbanization and the integration of society, information and the mass culture intensifying the human activity. We consider both, negative and positive factors of the process of visualization of contemporary culture.

The author of the publication makes the main findings on the issue of the development of modern culture as a visual space and formulated the concept of "visualization" in terms of cultural approach, which highlights the main functional characteristics of the visualizing process.

**Keywords:** the modern culture, visual space, the visual environment, visualising activity, visualisation, the virtual environment, visual image.

Современная культура представляет собой динамичный процесс, в котором происходят постоянные изменения и именно созидательная деятельность человека стимулирует процесс непрерывного поступательного развития, формирования, изменения и преобразования культуры. Меняющийся характер культуры обусловлен различными факторами, среди которых важнейшими являются: социально-экономические, политические, правовые, этические, религиозные, культурно-эстетические, технические и т. д.

Анализ современного состояния культуры позволяет утверждать, что ведущим фактором ее развития, доминирующей тенденцией и одновременно процессом является *визуализация*.

Теоретическое осмысление современного состояния процесса визуализации современной культуры и связанных с ней других культурных процессов нашло отражение в трудах отечественных и зарубежных культурологов, философов, искусствоведов, педагогов, психологов: Р. Арнхейм, М. Мерло-Понти, Г. М. Маклюэн, П. Вирилио, И. А. Розенсон, В. В. Колодий, А. А. Жигарева, Т. Е. Савицкая, В. Н. Козлов, И. А. Мальковская, А. А. Вербицкий, И. И. Данилкина, Н. Н. Манько, А. И. Ивлева и др.

Анализ феномена визуализации в зарубежных и отечественных теоретических источниках представлен достаточно широко и неоднозначно. Но основные исследования этого феномена проходят через философско-социологическое, культурологическое и искусствоведческое направления, а также в направлениях, связанных со

специфическими областями знаний (математика, физика, медицина, информатика, радиотехника и др.). Причем к началу теоретического описания феномена визуализации, с 1970-х годов, уже был накоплен богатый практический материал по визуальному опыту, который нашел обоснование, в первую очередь, в трудах зарубежных ученых: М. Мерло-Понти, Г. М. Маклюэн, П. Вирилио, Р. Арнхейма и др. Отечественные визуальные исследования начались позже, в конце 1990-х годов, но количество их возрастает с каждым годом, что говорит о сложности и постоянном развитии данного феномена. В отечественном варианте концептуальное осмысление *феномена визуализации* с точки зрения социально-философского, искусствоведческого подходов представлено в научных трудах и диссертационных исследованиях А. А. Жигаревой, В. В. Колодия, И. И. Данилкиной, Р. Ю. Порозова, А. Ю. Ивлевой, А. А. Вербицкого, Н. Н. Манько, И. А. Розенсон, Е. В. Сальниковой и др.

Визуализация определяет специфические особенности функционирования современной культуры, погружая общество и отдельную личность в качественно иное пространство, насыщенное визуальными текстами (образами, знаками). Пространство, в котором осуществляет свою жизнедеятельность современный человек можно обозначить таким понятием, как *среда*.

Термин *среда* был введен французским философом, эстетиком, историком, создателем культурно-исторической школы в искусствоведении И. Тэн и поначалу использовался в филосо-

фии и социологии, но с середины XIX века в науке стали широко использовать этот термин, переключая его и на процессы, связанные с культурой и искусством. В настоящее время это понятие актуализируется в связи с появлением новых видов сред, например, виртуальной. И. А. Розенсон подчеркивает, что «понятие среда очень емкое и включает в себя все свойства и факторы окружающего мира, которые создают средовую атмосферу, воздействующую на чувства, мысли и ощущение погружения в нее человека» [9, с. 93]. Можно сказать, что *среда* – это совокупность объективных условий, в которых естественным образом осуществляется жизнедеятельность человека.

Понятие «культурная среда» является более узким и отражает в средовом пространстве человека то, что соотносит его с культурой. Е. И. Кострица отмечает три аспекта проявления культурной среды: культурный синтез, постоянная эволюция, фундирование (закрепление) национальной идентичности. В целом культурная среда, по ее мнению, обладает способностью «продуктивно изменяться и переходить на более высокий этап ее становления» [5]. Действительно, культурная среда, как определенная структура, объективно отражает изменения, происходящие в сфере интересов человека, так как она неотделима от среды его обитания и жизнедеятельности. И поскольку мы подчеркиваем ведущий характер процесса визуализации в современной культуре, то и культурная среда приобретает особую характеристику, становясь главным образом *визуальной средой*.

Визуальную среду можно определить как все видимое многообразие мира, актуально заполняющее жизненное пространство человека. В него входит и природное окружение, и все то, что создано трудом человека в результате активной культуросозидающей деятельности. Визуальную культурную среду можно условно разделить на два вида – *внешнюю и внутреннюю*. Внешнюю визуальную культурную среду составляют объекты, расположенные в свободном природном пространстве, тогда как объекты, находящиеся в замкнутом пространстве (чаще всего искусственного происхождения), представляют внутреннюю визуальную среду.

Следует отметить, что внешняя визуальная культурная среда для современного человека

является преимущественно городской. И здесь проявляет себя фактор урбанизации, который связан с процессом увеличения в последние десятилетия количества городов и населения в них. Это доказывают и отечественные социологические исследования, согласно которым более 73 % от численности населения России – это население городов (для сравнения – в 1867 доля городского населения составляла 15 %), а количество городов увеличилось на 61 [4]. Именно в городе, как культурной среде, в большей степени ощутимо влияние искусственно созданных визуальных образов (культурных артефактов). Визуальные образы в городской культурной среде представлены объектами: архитектуры (различных стилей); ландшафтного дизайна (парки, скверы, бульвары и т. д.); наружной рекламы (щитовая, транспортная, растяжки, фасадно-витринная и т. д.); скульптуры (монументальная, садово-парковая, малых форм и т. д.).

Городская визуальная культурная среда является быстро меняющейся структурой, несущей огромный поток информации, с которым активно и плотно взаимодействует человек. Человек города вынужден в постоянном и непрерывном режиме воспринимать органами зрения артефакты культурной среды, которая сегодня достигла огромной концентрации: если раньше человек в пределах мест своего обитания видел первозданную природную среду, в которую были включены немногие рукотворные артефакты, то теперь он находится в сплошной среде артефактов. И. А. Мальковская отмечает, что в современном мире «визуальные структуры имплантируются в социальную ткань», а, значит, новые визуальные артефакты «структурируют среду, попадающую в фокус визуализации, превращая самого индивида в полую емкость, способную быть заполненной любым жанром или быть упакованной в любую упаковку» [6, с. 48]. В такой «плотной» визуальной среде современный городской человек вынужден мимикрировать, искать механизмы адаптации к новым условиям жизнедеятельности.

Уже доказано, что внешней визуальной среде многих современных городов присущи следующие противоречивые качества: *гомогенность* – отсутствие видимых элементов или снижение их количества (торцы зданий без окон, большие по площади однообразные пространственные зоны);

*агрессивность* – сосредоточение большого количества одинаковых элементов (преобладание динамических экранов на перекрестках, множество рекламных объектов, многоэтажные здания, отсутствие цвета или преобладание серого цвета, множество плоских поверхностей, углов, выступов); *комфортность* – наличие разнообразных элементов в окружающем пространстве (кривые линии, разнообразие силуэтов объектов, продуманное количество рекламы, эстетика арт-объектов, разнообразие цветовой гаммы, наличие естественных природных элементов).

Вышеперечисленные качества влияют на процесс восприятия внешней визуальной среды, снижая или усиливая эффект ее воздействия. Активизация и обогащение процесса освоения внешней визуальной среды происходит в настоящее время через использование современных художественно-технических средств и технологий, таких как: видеоарт, стрит-арт, суперграфическое решение фасадов, световой дизайн, медиаарт, фотография, инсталляция, динамические музыкальные фонтаны, видеомэппинг или проекционные шоу, архитектурные видеопроекции и др. Дуглас Харпер, специалист по визуальным исследованиям, указывает на различия при восприятии человеческим сознанием текстов и образов, полагая, что «целостность культуры» можно донести до зрителя лишь при использовании разнообразных визуальных объектов (живопись, фотография, граффити и др.) [15, p.13–26].

Внешняя визуальная среда города может в положительном смысле повлиять на человека, если этот процесс управляется и заранее проектируется с учетом определенных задач. Примером такого позитивного воздействия внешней визуальной среды за счет использования новых художественных технологий стрит-индустрии стал второй фестиваль новой культуры «Арт-Овраг» в городе Выкса Нижегородской области (июнь 2012 года). В рамках фестиваля был проведен социально-визуальный эксперимент по реорганизации городского культурного пространства технологиями стрит-арта, когда под лозунгом «Сделай арт на свой стрит» на фасадах непривлекательных жилых объектов архитектуры второй половины XX века появились сюжеты в стиле граффити. Стилистически продуманная роспись

группы граффитистов Pani Paniki из Екатеринбурга изменила форму котельной города Выксы, а нарисованный образ Мадонны эстетически преобразовал трансформаторную будку. В городской среде Выксы появилось много эстетически привлекательных визуальных объектов, а город превратился в огромную экспозиционную площадку, которая приобрела большую зрительскую аудиторию на многие годы.

Отметим, что во многих городах мира уже с конца XX столетия внедряются художественные практики по трансформации архитектурных объектов за счет оптических иллюзий оп-арта. Например, в Риге архитектура в центре города оформлена современными граффитистами, причем именно в таком виде она охраняется государством. А город Эссен в Германии был удостоен звания «Культурная столица Европы 2010», когда в нем завершился крупный проект по конверсии самой большой в Европе угледобывающей шахты, которая превратилась в музей дизайна и резиденцию архитектурного и дизайн-бюро. Тем же путем конверсии старых городских фабрик уже российские архитекторы попытались возродить Вышний Волочек, представив свой проект на XII Архитектурной биеннале в Венеции (август 2010 года) [8].

Таким образом, конверсия внешней визуальной среды в сторону ее эстетизации происходит в настоящее время за счет увеличения разнообразия визуальных объектов и придания им новых медиатизированных форм.

Если говорить о внутренней визуальной среде, то в ней обращает на себя внимание такая же высокая концентрация визуальных образов. Динамичный процесс, направленный на увеличение количества музеев, выставочных комплексов, галерей (государственных, частных) и экспонатов в них, позволяет утверждать, что процесс визуализации поступательно нарастает. Интерьеры архитектурных сооружений традиционно наполняются произведениями, различными по стилю, виду искусства, жанру, технике исполнения (фотография, живопись, графика, декоративное искусство и др.). Но сегодня произведения искусства деконструируются в арт-объекты, меняются формы и технологии экспонирования этих арт-объектов, среди которых активно позиционируются: арт-

переход, перформанс, медиаискусство, инсталляция и др. Постоянно развивающаяся творческая индустрия рекламы, особенно в печатном виде (листовки, афиши, календари, буклеты, флаеры, объявления и др.), насыщает, а иногда перенасыщает не только внешнюю, но и внутреннюю визуальную среду.

Новые формы экспонирования арт-объектов способны усиливать процесс визуализации, создавая отличную от традиционной процедуру восприятия произведений. Так, например, в рамках 4-й Московской биеннале современного искусства (2011 год) в фонде культуры «Екатерина» молодой французский художник Бертран План показал оригинальную серию работ «Bump it!» [13, с. 127]. Он использовал комбинирование технологий инсталляции, видеомеппинга и видеоарта. В одном зале была представлена инсталляция из бывших в употреблении предметов мебели, которая с помощью специально используемой техники bump it поочередно появлялась то в естественной окраске, то становилась унифицированной, безликой, окрашенной в белый цвет. В другом зале была представлена инсталляция из шести расположенных на полу камней, которые на глазах у зрителей претерпевают те же метаморфозы: из сиренево-зеленых становятся чисто белыми. Специальная техника **bump it** заключается в следующем: сначала фотографируют группу обычных предметов, затем снимки окрашиваются в белый цвет и обрабатываются с помощью компьютерной технологии, разработанной совместно с Национальным центром научных исследований Франции в 2006 году. Bump it – это изменения, связанные с компьютерными технологиями проецирования, когда свойства предметов разлагаются на составные части и на поверхности для проекций создаются разнообразие вариации текстур с оптическими иллюзиями. Техника графического дизайна, применяемая для наложения цвета и придания текстуры виртуальным объектам в компьютерных программах, используется Б. Планом для работы с реальными предметами, выкрашенными в белый цвет, а проектор визуально возвращает бесцветным объектам их текстуру и краски. Так новые компьютерные технологии позволяют изменять свойства реально существующих предметов и усложнять процесс зрительно-го восприятия, а значит, и процесс визуализации.

Кроме того, активная роль в процессе визуализации внутренней среды принадлежит современным медийным технологиям. По мнению известного испанского профессора Х. Коста, визуализация представляет «определенные явления и части реальности видимыми и понятными; и многие из них просто не имеют визуальной природы. Эти сложные явления, тонкие процессы проходят вне нашего понимания, потому что они выходят за рамки сенсорной системы человека» [14]. Такое широкое определение охватывает множество примеров визуализации: научная макросъемка насекомых или УЗИ-снимок, МРТ внутренних органов человека, конструктивный разрез механизма, алгоритм компьютерной программы, действительно показывает то, что скрыто от глаз человека. Очень актуально сегодня говорить о визуализации во всех видах дизайна (архитектурный, промышленный, интерьер, костюма, автодизайн и др.), так как визуализация позволяет представить идею дизайнера в виде изображения – медиа-объекта (2-D или 3-D-изображение), акцентируя внимание на определенных деталях изображения.

В современной культуре внешняя и внутренняя визуальные среды активно взаимодействуют между собой, погружая в этот процесс человека. Примером такого взаимопроникновения является социально-просветительская акция «Шедевры мировой живописи на улицах российских городов», которая была организована в 2008 году Государственной Третьяковской галереей и компанией News Outdoor. Так, в формате наружной рекламы в городах России и, прежде всего, в Москве были размещены репродукции более 40 произведений классиков русского искусства из коллекции Государственной Третьяковской галереи. А в рамках другого художественного проекта «Музейная миля» (2009) в Санкт-Петербурге на фасадах зданий, расположенных на канале Грибоедова, были укреплены 88 копий картин, повторяющих живописные шедевры из Государственного Русского музея. Для участия в проекте искусствоведы отобрали самые известные живописные произведения И. Е. Репина, В. А. Серова, И. К. Айвазовского, А. И. Куинджи, В. М. Васнецова, М. А. Врубеля и др. Данная акция была направлена на привлечение внимания уличного зрителя к музею и русскому искусству. Для вос-



произведения шедевров русского искусства использовались космические технологии: полотна сканировались и с помощью широкоформатной печати переносились на пластиковую основу, представляющую собой современный материал, защищенный от негативного внешнего воздействия. Процесс поиска новых форм и технологий обогащения визуальной среды человека набирает силу, и это находит свое выражение в организации специальных культурных мероприятий.

Все чаще внутренняя и внешняя визуальная среда заменяется очень активной по способу воздействия на человека *виртуальной средой*.

В этой связи обратимся к понятию *виртуальная реальность*, с которым связана *виртуальная среда*. По мнению А. Ю. Фиминой, виртуальная реальность: а) разновидность реальностей, порожденная активностью субъекта посредством компьютерных технологий и средств воздействия на сознание, которая существует лишь во временных рамках процесса её порождения и оказывает влияние на сознание субъекта, не будучи актуализированной в материальном мире; б) есть совокупность симулякров (виртуальных тел), представляющих собой копии реальных объектов, лишенных подобия, не имеющих аналогов в актуальной действительности и, стало быть, в ней не существующих. Однако в пределах виртуальной реальности, они обретают свое собственное бытие и оказывают влияние на погруженный в неё субъект [12].

Мы уже привыкли и часто не осознаем незначительность технологии *мультимедиа* (англ. multimedia от лат. multum – много и media, medium – средоточие; средства). Мультимедиа – это совокупность компьютерных технологий, одновременно использующих несколько информационных сред: графику, текст, видео, фотографию, анимацию, звуковые эффекты, высококачественное звуковое сопровождение [11]. Появление Мультимедиа Арт музея в Москве (МАММ) является доказательством изменяющегося культурного пространства России в сторону усиления искусства новых медиа.

Таким образом, *процесс визуализации связан не только с обогащением внешней и внутренней среды реальными арт-объектами, поиском форм их экспонирования и потребления, но и*

*с все большим погружением современного человека в виртуальную среду, заменяющую собой реально существующую внешнюю и внутреннюю визуальную среду.*

Процесс визуализации современной культуры касается среды, окружающей человека, но еще в большей степени он актуализируется непосредственно в его деятельности, а именно, в: *производственно-профессиональной деятельности* (криминалистика, медицина, реклама, научные исследования и т. д.); *учебно-образовательной деятельности* (создание видеопрезентаций и графических изображений); *коммуникационной деятельности* (мобильная связь, телекоммуникационные сети, скайп); *досугово-бытовой деятельности* (просмотр телепередач, фильмов, видеоигры); *любительской деятельности* (фотографирование, видеосъемка) и т. д.

Процесс визуализации среды обитания человека и его деятельности неразрывно связан с различными социокультурными факторами, такими как: *урбанизация* (восполнение или иллюзорное представление природной среды); *интеграция* (развитие коммуникационных связей); *информатизация* (усиление роли информации в обществе, развитие аудиовизуальных СМИ); *массовизация* (придание явлениям культуры массового характера).

*Урбанизация общества* – это процесс повышения роли городов в развитии общества, который охватывает изменения в расселении населения, его социально-профессиональной, демографической структуре, образе жизни, культуре и т. д. Но урбанизацию нельзя рассматривать как однозначный процесс, так как в ходе нее происходят многоуровневые, многоаспектные изменения не только социального и экономического плана, но и культурного. Урбанизация страны характеризуется не только и не столько ростом городов, увеличением проживающего в них населения, как это традиционно определялось до недавнего прошлого в научных исследованиях 1970–80-х годов, но прежде всего формированием и все более широким распространением городской культуры. А. С. Ахиезер, Л. Б. Коган, О. Н. Яницкий одними из первых заявили о необходимости рассмотрения урбанизации в ее целостности, в подходе к ней как к закономерному историческому про-

цессу [2, с. 43]. Процесс урбанизации объективно приводит к активному массовому внедрению разнообразных визуальных объектов культуры в городскую среду (ландшафтный дизайн, световой дизайн, декоративная скульптура, видеоарт, стрит-арт, инсталляции и др.). И все это – проявление процесса взаимопроникновения урбанизации и культуры.

*Информатизация общества и культуры* – этот процесс, связанный с развитием компьютерных и сетевых технологий, с помощью которых создается и передается различного рода информация (мультимедийная). Основным источником этой информации является экран (монитор). Следовательно, развитие информационного общества, информационно-коммуникативной деятельности людей невозможно без интенсификации процессов визуализации, без формирования визуально-экранной культуры.

*Массовизация культуры* – это процесс инкультурации, приобщения широких слоев населения к ценностям культуры. Эту задачу невозможно было решить вне развития современных аудиовизуальных технологий. Именно этим технологиям общество обязано возникновению так называемой массовой культуры. Аудиовизуальные технологии (фотография, кино, телевидение, видео) сделали культурные ценности доступнее человеку, хотя их аутентичность в результате визуальной репрезентации стала иллюзорно-мифической.

*Интенсификация жизнедеятельности* – это процесс ускорения темпа жизни современных людей, когда объективно необходима психологическая разрядка и снятие психологического напряжения. Эффективнее всего данную функцию выполняют аудиовизуальные искусства. Экранное зрелище в наибольшей степени позволяет человеку уйти от мира повседневности, переключиться на другой объект, получить удовольствие от его восприятия.

В некоторых концепциях культуры, связанных с процессом визуализации, обращается внимание на значимость визуального восприятия для человека в процессе познания мира, ведущую роль визуального образа в процессах восприятия и понимания. Доминирующее функционирование в культуре визуальной образности продиктовано тем, что она обладает рядом существенных осо-

бенностей как знаковых образований. Вообще существует три основных вида знаков (по Чарльзу Пирсу): 1) *подобия* (*likenesses*), или *иконы* (*icons*), которые выполняют функцию передачи идей и репрезентируют вещи, просто имитируя их; 2) *указатели* (*indications*) или *индексы* (индексальные знаки, или знаки-признаки), которые что-то говорят о вещах, потому что физически связаны с ними; 3) *символы* или *общие знаки* (символические знаки или условные, конвенциональные знаки), которые ассоциируются с их значениями [7, с. 89]. Особенность иконических знаков состоит в том, что они в определенных отношениях и при определенных условиях в точности схожи с объектами-оригиналами, которые они репрезентируют, и потому иконические знаки часто называют знаками-копиями и знаками-изображениями (фотография, компьютерная графика, фильм, картина, набросок, чертеж, банер и др.).

Применительно к современной ситуации, главенство иконических знаков, составляющих *визуальный образ*, сопряжено со следующими специфическими моментами:

1. Визуальный образ наиболее емкое и теоретически неисчерпаемое в процессе познания и коммуникации знаковое образование, отвечающее современным потребностям. Он несет в себе больше информации, чем слово, и человек в процессе восприятия визуального образа имеет дело с качественно иной информацией. Если, например, вербальный образ как конвенциональный знак-символ обобщает и отсылает нас к типичным свойствам объекта, то визуальный образ неразрывно связан с конкретными чертами и свойствами этого объекта. Попытки содержательно вербализировать его всегда будут многогранны и длительны. Конвенциональный вербальный образ также наделяется человеком в процессе восприятия конкретными характеристиками, но его полнота все-таки ограничена, как ограничена жизнь человека. В этом смысле известное изречение «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать» означает желание человека конкретизировать объект информации и получить о нем как можно больше сведений, которыми, возможно, он ранее не обладал. Визуальная информация оказывает наиболее сильное влияние на сознание человека, как бы «поглощая» его. В связи с этим меняется

способ освоения этой информации. Человек идет в этом процессе уже не от собственного опыта к новому знанию, а, наоборот, от этого знания к личному опыту.

2. Визуальные образы сегодня – это преимущественно динамизированные образы. Это связано с мощным развитием аудиовизуальной сферы культуры, особенно кино и телевидения. Их восприятие требует особого напряжения психики человека, потому что они захватывают внимание и держат его в плену экранных иллюзий. При этом у человека не остается времени на критическую оценку аудиовизуальной информации, что приводит к формированию стереотипного мышления, клипового сознания. Вместе с тем динамизированные аудиовизуальные образы являются наиболее реалистичными и достоверными из всех существующих визуальных образов, адекватно передающих информационную картину мира индивида [3, с. 34–38].

3. Визуальный язык становится наиболее органичным для современных условий функционирования личности и общества, так как визуальное восприятие кратковременно и содержательно. Как утверждают гештальт-психологи, визуальное восприятие реализует элементы понятийного мышления. Оно не пассивно и имеет свою структуру и принципы. На перцептивном, как и на интеллектуальном, уровне вырабатываются свои понятия, суждения, своя логика и заключение. «Зрение есть восприятие действия», – подчеркивал Р. Арнхейм [1, с. 5]. Оно опирается на определенные «визуальные понятия» (перцептивные и изобразительные) [1, с. 5].

Таким образом, визуальное мышление может выступать механизмом для *вывода* определенной информации и *ввода* ее в другой мозг. Но визуальные образы в процессе их восприятия не образуют линейную структуру и последовательность, как это происходит при взаимодействии со словом. Визуальное мышление отрывочно, фрагментарно, не целостно, то есть не имеет своей истории существования. Его интенсивное развитие приводит к неспособности, а в некотором смысле и к нежеланию, человека участвовать в длинном хитро-сплетении мыслей, в конструировании сюжета по поводу восприятия визуального образа. Все это не формирует у человека аналитическое мышление.

Процесс визуализации современной культуры, несомненно, оказывает существенное влияние на все стороны жизни человека и общество в целом. Когда говорят об угрозах, связанных с развитием визуальности, то подают их слишком тенденциозно, без учета противоборствующих тенденций.

Т. Е. Савицкая в статье «Новая теория для новой культуры: по страницам канадского журнала «СTheory» (Critical Theory)» обращает внимание на факт глобальных изменений, связанных с технологическими новациями культуры глобального постмодерна. Кризис современной культуры, по мнению автора, заключается в том, что происходящие в ней процессы, «практически не встречая сопротивления, ваяют новый мир, создаваемый не по меркам человека» [10, с. 17]. Потoki информации, которые «сваливаются» на человека, не успевают регулироваться сознанием человека, поэтому мир вокруг него воспринимается как информационный хаос. При этом следует заметить, что именно визуализация отдельных процессов и явлений помогает человеку составить о них более четкое, чем с помощью словесных образов, представление, способствует их структурному осознанию. К тому же визуализация культуры, особенно в ее массовом проявлении, нередко является причиной бездуховности современного общества, которое культивирует насилие и потребительское отношение к жизни. Отчасти с этим можно согласиться.

Вместе с тем визуализация способствует, например, развитию индивидуальности человека, его специфических культурных запросов. Новые визуальные технологии предоставляют человеку возможность для общения с высоким искусством. Благодаря *дигитализации* (от англ. digital – оцифровка) культурного наследия, можно формировать свою коллекцию произведений культуры и искусства, не ограничивая их количество. Конечно, визуализация современной художественной культуры не должна служить барьером для непосредственного контакта с высоким искусством и, как репрезентация произведений искусства, она не может заменить живое общение с шедеврами мирового искусства, но развитие этого процесса, в определенной степени, обогащает личность человека.



Широчайшие возможности для человека в этом плане открывает так называемый виртуальный музей, формируя при этом новую эстетику визуальной среды. Поль Вирилио верит, что невероятные возможности новых зрелищно-информационных технологий будут способствовать расширению мировоззренческого горизонта человека. Однако их нужно использовать эволюционно, созидательно, а не инволюционно, деструктивно (см. [16, р. 43–44]).

В результате изучения визуализации как процесса современной культуры можно сделать следующие *выводы*:

- визуальное пространство как культурное целое, в которое погружен современный человек, включает в себя два основных элемента – *визуальную среду и визуализирующую деятельность*;

- *внешней визуальной среде*, состоящей из объектов, находящихся в свободном природном пространстве, присущи такие качества, как: гомогенность, агрессивность, комфортность, – которые проявляются через увеличение разнообразия визуальных объектов и придание им новых медиатизированных форм;

- *внутренняя визуальная среда*, включающая объекты искусственно-замкнутого пространства, также связана с процессом ее обогащения реальными арт-объектами, с поиском новых способов их репрезентации, которые основаны на использовании медиатехнологий, формирующих виртуальную среду;

- визуализирующая деятельность стала неотъемлемой частью производственно-профессиональной, учебно-образовательной, коммуникационной, досугово-бытовой, любительской и т. д. деятельности, благодаря особым качествам визуальных образов как знаковых систем: содержательной конкретности, динамизированности и способности демонстрировать логико-понятийное мышление;

- на визуализацию культуры мощное воздействие оказывают такие социокультурные факторы и процессы, как урбанизация и интеграция общества, информатизация и массовизация культуры, интенсификация жизнедеятельности людей;

- процесс визуализации несет с собой как негативное, так и позитивное начало: с одной стороны, он рождает в сознании людей картину информационного хаоса, создает интеллектуальную пассивность, формируя бездуховное, потребительское отношение к жизни; с другой стороны, визуализирующая деятельность дает возможность приобщить массы людей к ценностям культуры, развить их индивидуальные культурные запросы, в том числе творческого характера.

Исходя из вышесказанного, *визуализация – это ведущий культурный процесс современности, основанный на освоении и продуцировании человеком зрительных образов различной природы, которые служат ему для познания действительности, обмена информации о ней и получения художественно-эстетического удовольствия.*

### Литература

1. Арнхейм Р. Искусство и зрительное восприятие / сокр. пер. с англ. В. Н. Самохина, общ. ред. и вст. ст. В. П. Шестакова. – М.: Прогресс, 1974. – 171 с.
2. Ахиезер А. С., Коган Л. Б., Яницкий О. Н. Урбанизация, общество и научно-техническая революция // *Вопр. философии.* – 1969. – № 2. – С. 41–44.
3. Гук А. А. Эстетика видео: коммуникация, типология: моногр. – М.: МГУКИ, 2010. – Ч. 2. – С. 34–38.
4. Демографическая история России за сто лет [Электронный ресурс]. – URL: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/00fe7213-0c41-7ee6-44cc-a60c8e2a01fe/1011521A.htm>.
5. Кострица Е. И. История возникновения термина «культурная среда» на примере статьи П. Н. Савицкого «Евразийство [Электронный ресурс]». – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-vozniknoveniya-terminal-kulturnaya-sreda-na-primere-stati-p-n-savitskogo-evraziystvo>.
6. Мальковская И. А. Визуальная культура: проблемы самоидентичности // *Гуманитарные науки: теория и методология.* – 2008. – № 4. – С. 45–49.
7. Пирс Ч. С. Что такое знак? // *Вест. Том. гос. ун-та. Философия. Политология. Социология.* – 2009. – № 3 (7). – С. 88–95.
8. Райкин А. Современный арт ушел под землю [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.mk.ru/culture/article/2012/06/07/712572-iskusstvo-iz-ovraga.html>.

9. Розенсон И. А. Дизайн. Основы теории дизайна. – СПб.: Питер, 2009. – 218 с.
10. Савицкая Т. Е. Новая теория для новой культуры: по страницам канадского журнала «CTheory» (Critical Theory) // Обсерватория культуры. – 2013. – № 3. – С. 16–23.
11. Современный толковый словарь Ефремовой [Электронный ресурс]. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/276787/мультимедиа>.
12. Фимин А. Ю. Социально-философский анализ виртуальной реальности: дис. ... канд. филос. наук, спец. 09.00.11 «Социальная философия». – Волгоград: ВГТУ, 2007. – 122 с.
13. Хан-Магомедова В. Bump it! Tour 2011 // Диалог искусств. – 2012. – № 1. – С. 127.
14. Costa J. La esquematica: Visualisar la informacion. – Barcelona: Paidos Iberica, 1998. – 222 p.
15. Harper D. Talking about pictures: a case for photo elicitation // Visual Studies. – London: Routledge, 2002. – Vol. 17, no 1. – P. 13–26.
16. Wilson L. Cyberwar, God and Television. An interview with Virilio // Digital Delirium (Eds. A. Kroker a M. Kroker). – Montreal: New Word Perspectives, 2001. – P. 43–44.

#### References

1. Arnkheim R. Iskusstvo i zritelinoe vospriatie [Art and visual perception]. Moscow, Progress Publ., 1974. 171 p. (In Russ.).
2. Akhiezer A.S., Kogan L.B., Ianitskii O.N. Urbanizatsiia, obshchestvo i nauchno-tehnicheskaiia revoliutsiia [Urbanization, society and scientific and technical revolution]. *Voprosy filosofii [Philosophy questions]*, 1969, no 2, pp. 41–44. (In Russ.).
3. Guk A.A. *Eстетика video: kommunikatsiia, tipologiia [Video aesthetics: communication, typology]*. Moscow, MGUKI Publ., 2010, Party 2, 128 p. (In Russ.).
4. Demograficheskaiia istoriia Rossii za sto let [Demographic history of Russia for hundred years] (In Russ.). Available at: <http://files.school-collection.edu.ru/dlrstore/00fe7213-0c41-7ee6-44cc-a60c8e2a01fe/1011521A.htm>.
5. Kostriisa E.I. Istoriia voznikoveniia termina “kul’turnaia sreda” na primere stat’i P.N. Savitskogo “Evraziistvo” [History of occurrence of the term “the cultural environment” on an example of article of P.N. Savitsky “Evraziistvo”]. (In Russ.). Available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-voznikoveniia-termina-kulturnaya-sreda-na-primere-stati-p-n-savitskogo-evraziistvo>.
6. Mal’kovskaiia I.A. Vizual’naia kul’tura: problemy samoidentichnosti [Visual culture: self-identity problems]. *Gumanitarnye nauki: teoriia i metodologiia [The humanities: the theory and methodology]*, 2008, no 4, pp. 45–49. (In Russ.).
7. Pirs Ch.S. Chto takoe znak? [What is the sign?]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofii. Politologiia. Sotsiologiia [Tomsk State University Journal. Philosophy. Political science. Sociology]*, 2009, no 3 (7), pp. 88–95. (In Russ.).
8. Raikin A. Sovremennyi art ushel pod zemliu [Modern art has left under the earth]. (In Russ.). Available at: <http://www.mk.ru/culture/article/2012/06/07/712572-iskusstvo-iz-ovraga.html>.
9. Rozenson I.A. Dizain. Osnovy teorii dizaina [Design. Bases of the theory of design]. Saint-Petersburg, Piter Publ., 2009. 218 p. (In Russ.).
10. Savitskaiia T.E. Novaia teoriia dlia noi kul’tury: po stranitsam kanadskogo zhurnala “CTheory” (Critical Theory) [The new theory for new culture: on pages of Canadian magazine “CTheory” (Critical Theory)]. *Obseratoriia kul’tury [Art observatory]*, 2013, no 3, pp. 16–23. (In Russ.).
11. Sovremennyi tolkovyi slovar’ Efremovoi [Modern explanatory dictionary of Efremova]. (In Russ.). Available at: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/efremova/276787/muljtimedia>.
12. Fimin A.Iu. Sotsial’no-filosofskii analiz virtual’noi real’nosti. Dis. kand. filoz. nauk [The socially-philosophical analysis of a virtual reality. Diss. Cand. Philos. scien.]. Volgograd, VGTU Publ., 2007. 122 p. (In Russ.).
13. Khan-Magomedova V. Bump it! Tour 2011 [Bump it! Tour 2011]. *Dialog iskusstv [Dialogue of arts]*, 2012, no 1, p. 127. (In Russ.).
14. Costa J. La esquematica: Visualisar la informacion. Barcelona, Paidos Iberica Publ., 1998. 222 p.
15. Harper D. Talking about pictures: a case for photo elicitation. *Visual Studies*. London, Routledge Publ., 2002, vol. 17, no 1, pp.13–26.
16. Wilson L. Cyberwar, God and Television. An interview with Virilio. *Digital Delirium (Eds. A. Kroker a M. Kroker)*. Montreal, New Word Perspectives Publ., 2001, pp. 43–44.