

СТАТЬИ / ARTICLES

ЧТО МОЖНО НАЗЫВАТЬ ВИЗУАЛЬНОЙ СЕМИОТИКОЙ?

С. С. Аванесов

Томский государственный педагогический университет

Статья подготовлена при финансовой поддержке
Российского гуманитарного научного фонда, проект № 13-13-70001

В статье идёт речь о смысле и употреблении термина «визуальная семиотика». Определяется предметная сфера визуальной семиотики и её соотношение с другими областями гуманитарного знания. С одной стороны, визуальная семиотика – это часть семиотики в целом; с другой стороны, она выступает как сложная научная область, включающая в сферу своего интереса визуальные аспекты всевозможных социокультурных (коммуникативных) практик. Изучение визуальных аспектов коммуникации подтверждает тезис о преимущественно прагматическом характере знака как элемента коммуникативной системы. Автор приходит к выводу о том, что термином «визуальная семиотика» можно именовать полидисциплинарное исследовательское поле, которое предметно формируется научным интересом к визуальным способам коммуникации, осуществляемым в различных «оптически» организованных формах культурной деятельности.

Ключевые слова: визуальная семиотика, прагматика, знак, культурная коммуникация, полидисциплинарное знание.

WHAT CAN BE CALLED VISUAL SEMIOTICS?

Sergey S. Avanesov

Tomsk State Pedagogical University

The article considers the question of the meaning and the use of the term “visual semiotics.” The subjective scope of visual semiotics and its correlation with other areas of the Humanities is determined here. On the one hand, visual semiotics is a part of semiotics as a whole; on the other hand, it acts as a complex research area, including visual aspects of various socio-cultural (communicative) practices in its sphere. The study of the visual aspects of communication confirms the thesis about mainly pragmatic nature of the sign as an element of the communication system. The author comes to the conclusion that the term “visual semiotics” may be called multidisciplinary research field that is formed by scientific interest to visual communication, carried out in different “optically” organized forms of cultural activity.

Keywords: visual semiotics, pragmatics, sign, cultural communication, multidisciplinary knowledge.

I

Визуальная семиотика как область исследовательской деятельности занимает тем более значительное место в ряду гуманитарных наук, чем более распространёнными и значимыми становятся визуальные («изобразительные») формы коммуникации. Настойчивые усилия связать специфику современной культуры с «визуальным поворотом» [Инишев 2011, 118–119] ещё более акцентируют ведущую роль визуально-семиотического подхода к прояснению сути происходящего. Однако, и предметная сфера визуальной семиотики, и её методы, и её структура, и её соотношение с иными гуманитарными отраслями знания всё ещё остаются недостаточно определёнными. Что же мы можем именовать визуальной семиотикой?

С одной стороны, визуальная семиотика может пониматься как часть семиотики в целом, то есть в качестве специфического отдела (субдомена) науки под названием «семиотика». Так понимаемая визуальная семиотика ориентирована на те же задачи, что и семиотика вообще, решая их на своём «локальном» материале с помощью применённых к этому материалу общесемиотических методов. Это *теоретическая* дисциплина и, следовательно, по преимуществу сфера семиотических абстракций, область поиска и формулирования неких общих визуально-семиотических «законов», «принципов» и «правил». Доминирующая эпистемическая интенция представляется здесь *дедуктивной*, то есть предполагающей переход от правил, выработанных «общей» (или «большой») семиотикой, к правилам визуальной семиотики как «региональной» дисциплины, иначе говоря, выработку правил регулярного применения некоего общего семиотического закона к частному визуальному «случаю». Такой ракурс даёт возможность разместить визуалистику в координатах уже достаточно «респектабельной» отрасли гуманитарного знания, что облегчает задачу её научной квалификации и позволяет в какой-то степени определить приемлемые научные методы. Главная проблема здесь – это проблема *наличия* «общей» семиотики как таковой, ибо это её наличие скорее постулировано, чем бесспорно.

С другой стороны, термин «визуальная семиотика» может применяться для обозначения достаточно слабо координированной области всевозможных (и теоретических, и практически ориентированных) исследований визуально-коммуникативных аспектов различных сегментов культуры. Поскольку эти сегменты «прочитываются» – и субъектами культуры, и их исследователями – в качестве *сообщений*, транслирующих прагматические, идеологические или экзистенциальные смыслы, постольку всякий когнитивный акт, направленный на такой сегмент, оказывается семиотическим. Преобладающей в данном исследовательском поле интенцией является *индуктивная*, предполагающая восходящее движение от семиотического анализа визуальных знаков и комплексов в рамках отдельных

сегментов культуры к возможному обобщению результатов такого анализа на уровне интегральной визуально-семиотической теории. Главная проблема здесь состоит в том, что реальная интеграция разнородных исследовательских программ пока что остаётся великой, но далёкой целью.

Прежде всего, попытаемся определить, что мы можем отнести к предметной сфере визуальной семиотики. Семиотическое содержание имеют различного рода культурно-коммуникативные комплексы, функционирующие благодаря своим оптически данным характеристикам; однако, визуальные параметры могут быть выявлены даже и в вербально организованных феноменах и системах. Так, к визуальному образу апеллирует всякий художественный текст, не только в силу регулярного обращения писателя к технике экфрасиса или словесного портрета, но и через достижение прямой задачи такого текста – инициации *воображения* читателя. По большому счёту, визуальное вообще не противостоит и не противоречит вербальному; во всяком случае, различие первого и второго не так радикально, как может показаться. «Оптическое» неразрывно связано с «фонетическим» в любом письменном языке, где различные звуки (а также паузы и интонации) визуально выражены в закреплённой за ними графической форме. Передаваемая языковая информация (если иметь в виду прежде всего *форму* её фиксации и трансляции) носит по преимуществу визуальный характер, поскольку она «представлена в графической форме» [Розин 1996, 15]. Уровень «доступности» чужого языка определяется, в частности, и тем, насколько удобно воспринимается связь между значением, его звуковым выражением и тем графическим знаком, который фиксирует это выражение.

Сам язык как таковой несёт в себе снятую визуальную практику; точнее говоря, в основе любого языка лежат остенсивные, имитативные, экспрессивные и командные акты (прежде всего жесты). Речь, конечно, идёт об основаниях языка как такового, а не каждого конкретного слова языка. Не всякое слово непосредственно связано с какой-либо «оптикой». Однако, даже слова с отвлечённым значением, не имеющие явного визуального основания и оптически наличного референта, образуются лишь *в языке*, то есть в знаковой системе, опирающейся на визуальные предпосылки. Таким образом, любое слово возможно лишь как элемент языка, а язык существует лишь благодаря лежащим в его основании визуальным актам; значит, всякое слово опосредованным образом зависит от базисных коммуникативных действий, имеющих *визуальное* содержание.

Вербальный текст, кроме того, в определённом контексте играет роль орнамента или, в иных случаях, отличительного знака (эмблемы, логотипа и т.п.); надпись, если это, скажем, автограф, служит не текстом для чтения, а визуальным знаком ответственности за обязательства или согласия с содержанием текста, а также типичным коллекционным предметом, предназначенным для созерцания или демонстрации.

Художественное изображение, безусловно, является традиционным объектом исследовательского внимания в искусствознании, истории, культурологии и без труда может быть представлено в качестве возможного предмета естествознания (поскольку оно имеет физические параметры и химические свойства). Но и для семиотики оно есть предмет научного анализа с точки зрения его визуально-коммуникативных аспектов. Произведение искусства есть «предмет», имеющий смысл исключительно в поле коммуникации, то есть в поле диахронного общения автора со зрителем или синхронного общения зрителей по поводу этого «предмета». Семиотическая нагруженность произведения искусства реализуется на многочисленных коммуникативных уровнях и, соответственно, даёт разнообразный прагматический эффект: художественное изображение сообщает информацию, транслирует ценностные установки и приоритеты, генерирует эмоциональные состояния, индексирует локальные пространства и так далее. Помимо того, что произведение искусства является вещью, которая, наряду с прочими вещами, определяет конфигурацию физического пространства, доступного для действия, оно имеет все характеристики визуального знака (выражает собой нечто незнакомое, так или иначе устроено, даёт антропологический эффект) и потому подлежит семиотическому истолкованию в семантическом, синтаксическом и прагматическом аспектах.

Ещё однозначнее для нас семиотический характер фотографического изображения. Фотография, от художественной до репортажной, от семейно-бытовой до документальной (вплоть до фотографии на удостоверение личности), формирует пространство существования современного человека, сообщая этому пространству предельно выраженный коммуникативный характер. Фотография, можно думать, серьёзно изменила онтологию, то есть представления человека о самой реальности; она «освобождает себе место в нашей жизни, устраняя старый и порождая новый комплекс восприятия, мыслительных и экзистенциальных структур» [Савчук 2006, 18]. Возможность тиражировать изображения реальности, наиболее полно реализующаяся в сфере фотографии, взрывным образом распространяет объём сферы визуальной коммуникации. Появление же цифровой фотографии сообщает процессу тиражирования практически *абсолютный* характер, сводя до нуля значение исходного образца и оставляя актуальной лишь тему авторского права на этот *виртуальный* образец. Кино, телевидение и Internet, дополняющие тиражирование прямой трансляцией, завершают экспансию визуальности в культурно-коммуникативную систему. Тотальное господство современных медиа приводит к тектоническому сдвигу в системе элементарной ориентации человека в мире событий: эта ориентация носит уже не рецептивный, а симулятивный характер, поскольку между всяким фактом и его реципиентом теперь располагается «экран» средств массовой

коммуникации, заменяющих факты их интерпретативными информационными моделями, имеющими, как правило, характер симулякров.

Широкие возможности для реконструкции и теоретического осмысления «механизмов» культурной коммуникации предоставляет и семиотический анализ архитектуры. Исследования, посвящённые «коммуникативному аспекту архитектуры» [Эко 2006, 7], необходимым образом дополняют её «гуманитарное» изучение в рамках эстетики и истории культуры. Семиотика рассматривает архитектуру как знаковую систему (или, другими словами, как визуально-коммуникативную среду), заостряя при этом тему *архитектурной прагматики*. «Невозможно, – пишет Р. Арнхейм, – верно отобразить визуальную экспрессию, зрительную выразительность архитектурных объектов, если трактовать их только как отчуждённое зрелище, как если бы они служили только для обозрения. Архитектурный объект не только отражает отношения людей, которыми и для которых он создан, но и активно формирует человеческое поведение» [Арнхейм 1984, 184]. Сакральная архитектура, кроме того, несёт ещё и мировоззренческую нагрузку, выступая «своеобразным языком для передачи невербализуемой информации о предметах умопостигаемой сферы бытия» [Бычков 1992, 178].

Сама топика обитаемого пространства представляет собой фиксированные в формах, объёмах и пространственных связях элементы социального и культурного опыта, которые в своей совокупности определённым образом организуют жизненный мир человека, помещая его в тот или иной конкретный визуально фиксированный горизонт. При известной мифологизации или сакрализации это пространство приобретает характер иеротопии [Лидов 2006, 10]. В указанной перспективе обитаемая среда предстаёт как многослойное и многозначное семиотическое пространство, в котором дискретные объекты и их комплексы «прочитываются» как идеологические, мнемонические или суггестивные сообщения или «тексты».

Опыт культурной идентичности также во многом связан с визуальными способами его формирования, закрепления и передачи, иначе говоря, основан на процессах и «механизмах» культурно-семиотического трансфера. Традиционная архитектура (прежде всего сакральная), обладающие жанровые и технические особенности в области изобразительной деятельности (например, иконопись или скульптура) визуально выражают определённый конкретный тип культуры, репрезентирующий себя посредством этих форм. Конфессиональная идентичность внешне проявляется и в визуальных языках обряда. Значительную роль в религиозной литературной традиции играют жанры «видений» и «снов», которые, будучи вербально организованными, напрямую отсылают читателя к визуальному опыту, имеющему религиозно-мистическое содержание.

История и археология не могут обойтись без «дешифровки» визуальных артефактов с целью получения информации об исчезнувших культурах; при этом подвергающиеся семантической реконструкции вещи и документы прочитываются как элементы системы коммуникативных связей своей эпохи.

К предметной сфере визуальной семиотики нельзя не отнести различные формы этнической самоидентификации и презентации, многие из которых имеют визуальный характер. Современная визуальная антропология, кстати, развивается преимущественно как этнологическая дисциплина, опирающаяся на фотографирование и видеосъёмку как наиболее эффективные методы фиксации визуальных феноменов, выступающих в качестве маркеров этнической и культурной идентичности [см. Александров 2003]. Распространение такого исследовательского опыта на область современной общественной жизни привело к оформлению и бурному развитию визуальной социологии [см. Штомпка 2010; Романов, Ярская-Смирнова 2009]. Визуальные средства трансляции социальных стандартов и установок прочно вошли в «арсенал» средств управления, в том числе и политического. В области пересечения предметных сфер социологии, эстетики и искусствоведения функционирует семиотика дизайна, рекламы, моды и т. д.

II

Может показаться, что семиотика в целом находится на распутье, поскольку «перед ней две дороги: одна, ведущая к построению *теории универсалий коммуникации*, на другой дороге она превращается в *технику описания коммуникативных ситуаций* в конкретном времени и пространстве» [Эко 2006, 143]. Между этими двумя крайностями, надо думать, находится и визуальная семиотика. Однако, такая двойственная позиция может оцениваться вполне позитивно: она формирует ситуацию *полидисциплинарности* семиотической исследовательской стратегии. В поле так понимаемой семиотики, как видим, обречены встречаться и вступать во взаимно обогащающее сотрудничество различные отрасли гуманитарного знания. По утверждению Ч. У. Морриса, «семиотика – это интердисциплинарная сфера» [Моррис 1983 а, 118]; она функционирует и развивается как поле интеграции различных гуманитарных стратегий и программ – от сугубо теоретических до практически-прикладных [см. Polidoro 2008], от философии визуального образа до принципов планировки интерьера, правил сервировки стола, дизайна книги или конструирования костюма.

Для семиотики, как и для философии культуры, всё более очевидной является определяющая роль *прагматического* аспекта коммуникации. Любая «сема» является таковой только в контексте человеческой практики и никоим образом иначе. Лишь коммуникативная практика

человеческого уровня сложности (культура как семиозис) обеспечивает «знаковость» того феномена, который мы называем знаком. Поэтому мы должны признать, что всякий знак именно потому и является знаком (функционирует в качестве знака), что он имеет явное или неявное «прагматическое» (культурно-коммуникативное) измерение, то есть является «праксемой»¹. Мы называем знаком лишь то, что мы *используем* как знак, «приводим» в статус знака. Иначе говоря, знаковость знака есть производное от нашей семиотической *практики*. Вне семиозиса нет и знака.

Всякий знак (в том числе визуальный) представляет собой структурный элемент *коммуникации* и потому всегда является *языковым конструктом*; вне коммуникативно-языкового контекста мы имеем дело не со знаками, а с признаками или симптомами. Лишь в таком неточном смысле для нас «гром становится знаком молнии» [Моррис 1983 b, 47]. Применительно к таким случаям можно говорить о «знаках» и «языке» лишь условно, а именно – при условии наличия определённой пресуппозиции: аксиоматического отождествления сообщения с выражением, как это делает, например, Вальтер Беньямин [Беньямин 2012, 7–8]. Однако, нет достаточных оснований каждое выражение вовне квалифицировать как сообщение; в противном случае мы потеряли бы возможность ясно определять для себя специфику *семиотической* ситуации. Языковой знак *употребляется намеренно*, иначе говоря, его функционирование в качестве знака обусловлено соответствующей (семиотической) интенцией. Кроме того, знак является таковым лишь в силу наличия кода, согласно которому этот знак значит (обозначает) нечто конкретное; иначе говоря, языковой знак (вербальный или визуальный) является таковым исключительно в *коммуникативном* контексте и ни в каком другом. Когда мы говорим, что красный цвет насекомого является для птицы сигналом опасности, запрещающим употреблять это насекомое в пищу, мы описываем не семиотическую ситуацию, а сферу биологических реакций на среду. Но если мы ведём речь о красном сигнале светофора как запрещающей прескрипции [ср. Барт 1994, 246], то мы описываем семиотическую ситуацию в точном смысле слова.

Следовательно, само наличие знака как знака в строгом (языковом) смысле этого термина обусловлено соответствующей *практикой*, а именно – коммуникативной деятельностью человека как разумного существа. «Пользоваться языком» и «осуществлять коммуникацию» – одно и то же.

¹ Термин «праксема» употребляется в коммуникативной лингвистике достаточно охотно, но неоднозначно. С его помощью либо фиксируется наличие неких матриц перевода потенциального языка в речь, то есть практической актуализации лингвистических смыслов [Кузнецов 2010], либо именуется единица практически ориентированного дискурса – как вербального (праксема языка, или лингема), так и ментального (праксема сознания, или идеологема) [Мирошниченко 1995], либо обозначаются речевые маркеры (например, междометия), которые «осуществляют регулятивную функцию, то есть с их помощью говорящий осуществляет практические действия: приказы, призывы, „отсылы“, инвективы, речевые акты упрёка, вызова, запрета и т.д.» [Кустова 2010].

Любой элемент языка (знак, «сема»), следовательно, может быть реконструирован и осмыслен как *дискретный коммуникативный акт*. Это положение имеет отношение и к семиотике в целом, и к её визуальному «отделу».

По преимуществу прагматический характер семиотического поля объясняется не только спецификой самого знака, но и характером «устройства» коммуникативного процесса. Коммуникация в самом общем и наименее определённом смысле есть *передача информации*. При этом трансляция любой информации «начинается со стадии кодирования информации и завершается стадией создания оператора, то есть создания способа для совершения целенаправленных действий на основе переданной информации» [Мелик-Гайказян 2009, 18]. Таким образом, трансляция информации как *коммуникативный* процесс включает в себя «практическую реакцию» реципиента. Передача сигнала завершается его «прибытием» на принимающее устройство (естественное или искусственное); но *информация*, которую «несёт» или «содержит» сигнал, принимается не устройством, а человеком. Восприятие информации человеком не тождественно принятию сигнала устройством, поскольку первое, в отличие от второго, подразумевает некий *прагматический эффект*. Более того, информация воспринимается человеком не просто как логически организованное и понятное, но при этом аксиологически «нейтральное» содержание сообщения, но с точки зрения его смысла и его истинности, которые являются не добавочными характеристиками сообщения, но входят в саму его структуру [см. Ладов 2013, 31–32]. Антропологический характер семиозиса должен быть зафиксирован и через признание данного положения дел.

Эти тезисы полностью применимы и к визуальному регистру семиозиса. «Язык изображения – это не просто переданное кем-то <...> слово, это также слово, кем-то полученное, принятое» [Барт 1994, 314]. По мнению Ролана Барта, «число возможных прочтений одной и той же лексии (одного и того же изображения) индивидуально варьируется» [Барт 1994, 313]; эта вариативность связана не только с различием воспринимающих изображение индивидов, но и с различием состояний одного и того же индивида. Вместе с тем, сама вариативность прочтений, по Барту, «отнюдь не произвольна: она зависит от различных типов знания, проецируемых на изображение»; это знания, «связанные с нашей повседневной практикой, национальной принадлежностью, культурным, эстетическим уровнем» и т. п. [Барт 1994, 313]. Заметим, однако: не всегда можно говорить о том, что именно *знание* обуславливает наше восприятие видимого; зачастую мы можем получать визуальное впечатление именно благодаря тому, что *не* проецируем на видимое своих знаний о нём, как в случае с нашим знанием о скорости света и видом звёздного неба. Тем не менее, бесспорно, что *«одна и та же лексия способна мобилизовать*

различные словари»; именно возможность мобилизации разных словарей (играющих при этом роль декодирующей системы) «обуславливает различные способы прочтения одного и того же изображения» [Барт 1994, 313].

Коммуникативный характер визуальной составляющей культуры тесно связан с её прагматикой: кодированием смысла с целью его фиксации и трансляции в формах жеста, позы, орнамента, костюма, живописного или скульптурного изображения, танца, сакрально значимого предмета, архитектурного сооружения или специфически «устроенного» пространства; декодированием смыслового содержания образа или совокупности образов; организацией поведения и деятельности в связи с так или иначе воспринимаемым смыслом визуальных сообщений. Все эти названные и подобные им трансвербальные способы трансляции культурных смыслов не заменяют собой вербальные формы коммуникации, но и не являются «вторичными» или «дополнительными» по отношению к ним. Будучи *на своём месте*, визуальное сообщение способно предоставлять большое количество информации за краткий промежуток времени, тем самым давая более высокий коммуникативный эффект, чем сообщение, выраженное словами. «Зрительный образ, – полагает Рудольф Арнхейм, – будучи биологически старше, конкретнее, способен воздействовать на более широкие массы людей: он обладает преимуществами перед другими средствами выражения; и в этом смысле слово слабее картины, а тем более кинофильма [Арнхейм 1960, 173]».

Очевидно, что визуальное является неустранимым, а может быть и доминирующим, «сегментом» культуры. Эко пишет, что «потребление форм проистекает из самой природы коммуникации» [Эко 2006, 282]. Можно сказать, что человек и культура «эквивалентны» друг другу, и это улавливается и выговаривается через констатацию *коммуникативного «устройства»* того и другого. Как правильно замечает Умберто Эко, в поле семиотического исследования «все феномены культуры рассматриваются как факты коммуникации» [Эко 2006, 35]; это замечание верно, конечно, не только в отношении семиотики, однако признание данного факта делает безусловно доминирующим именно *семиотический* ракурс исследования культуры. По утверждению того же Эко, семиотика «является наукой не только о знаковых системах как таковых, но изучает все феномены культуры, как если бы они были системами знаков, основываясь на предположении, что и на самом деле все явления культуры *суть* системы знаков и что, стало быть, культура есть по преимуществу *коммуникация*» [Эко 2006, 257].

Цель визуальной семиотики можно, вслед за Эко, сформулировать так: «объяснить то, что мы видим, тем, что нам не видно, но благодаря чему мы улавливаем сходство между предметом и его изображением» [Эко 2006, 177]. Отсюда следует, что одна из принципиальных задач

семиотики – «по возможности рассматривать природные факты в качестве явлений культуры, а не наоборот – сводить явления культуры к природным феноменам» [Эко 2006, 207]. Речь о том, что всякое *природное* явление является таковым лишь постольку, поскольку оно таковым является *нам*. Более того, «мир сам по себе» – тоже в определённом смысле явление культуры, нечто производное от нашего общего *взгляда* на реальность. Естественность всего естественного, таким образом, зависит от настройки нашей мировоззренческой «оптики», то есть в конечном итоге культурно обусловлена. В том, *что* мы видим, выражено то, *как* мы это видим. Мы воспринимаем реальность таким образом, что она может не совпадать с тем, что нам было бы дано в *непосредственном* (не обусловленном культурным опытом) зрительном ощущении; например, при ходьбе мы *видим* не движение предметов нам навстречу (что было бы необходимо предположить при полной элиминации нашего опыта движения), а наше продвижение вперёд в окружающем пространстве. Иначе говоря, видимое даётся нам не «само по себе», не «как таковое», а только посредством специфически человеческой апперцепции, имеющей культурно-коммуникативный исток. И даже если нечто видится нам как «само по себе», то и это видение является таковым лишь потому, что оно культурно обусловлено. Гора (при определённом взгляде – всего лишь природный объект) может восприниматься как культурно локализованная визуальная доминанта города, даже если она физически находится на территории другого государства. Вид из окна зачастую переживается (и продаётся) как часть интерьера. «По этому поводу заметим только одно: даже там, где говорят о естественности и непосредственности, имеют дело с культурой, конвенцией, системой, кодом и, следовательно, в конечном счёте – с идеологией. Семиология и тут стоит на своём, потому что свои задачи она понимает как перевод природного в общественное и культурное» [Эко 2006, 208].

Семиотика визуального очевидно соотносится с эстетикой и, в той или иной степени, с искусствоведением. Сферу рефлексии над вариантами этого соотношения мы можем называть семиотикой искусства или, по предложению Умберто Эко, «*семиотической эстетикой*, то есть эстетикой, изучающей искусство как коммуникативный процесс» [Эко 2006, 518]. Конечно, мы всегда сможем теоретически различить семиотическое и эстетическое; «согласно этому различению, имеются такие эстетические реалии, которые не могут быть сведены к сигнификации, их следует рассматривать просто как наличные» [Эко 2006, 266], ничего собой не выражающие, ничего собой не обозначающие, не несущие никакой информации, но вызывающие эстетические впечатления. Однако, семиотический и эстетический аспекты образности, различимые в теории, зачастую трудно отделить друг от друга и противопоставить друг другу в реальности. Например, аналитически различимые некролог (семиотический феномен)

и мраморная статуя (эстетический феномен) в составе надгробия выступают в качестве двух компонентов нераздельного единства, в котором, с одной стороны, сообщение о некогда жившем человеке неотделимо от *эстетических* характеристик носителя этого сообщения, а, с другой стороны, форма и материал надгробия сообщают *информацию* о времени его создания, условиях содержания, принадлежности автора к определённому стилистическому течению и т. д., тем самым позволяя воспринимать данный эстетический феномен как культурный (иногда культовый) объект, то есть как знаковый конструкт, включённый в сеть социальных коммуникаций. Ещё пример: в средневековой сакральной архитектуре (в том числе, разумеется, и русской) структура внешних поверхностей несёт на себе *одновременно* и декоративную, и информационную нагрузку – детали оформления стен украшают экстерьер здания и в то же время «сообщают» о его внутреннем устройстве. В составе подобных культурных феноменов их знаковая составляющая может быть отделена от их эстетических характеристик лишь условно.

Визуальная семиотика обнаруживает, при внимательном рассмотрении, и свою связь с этикой, отмечая и изучая случаи фиксации культурно значимых моральных норм с помощью образных (наглядных) средств. Так, можно говорить о семантике света и цвета, выражающих нравственное «качество» поступка или характера (тёмные дела, чёрные замыслы, светлые мысли и т. п.), не говоря уже о том, что добродетель риторически квалифицируется как внешнее «украшение» человека или видимый «знак» его принадлежности к определённому моральному сообществу. Можно вспомнить опыт наглядного и персонифицированного изображения добродетелей или пороков, то есть опыт изображения того, что не имеет никакого вида. Последнее, кстати, особенно ярко подчёркивает специфику семиотики как дисциплины, имеющей в виду в первую очередь и по преимуществу *десигнативный* аспект семантики, а потому склонной заключать в скобки вопрос о «физическом» существовании референта того или иного визуального знака.

Что же, в результате, мы можем подразумевать, употребляя термин «визуальная семиотика»? С одной стороны, мы имеем в виду, что визуальное представляет собой специфический «канал» передачи информации наряду с другими «каналами» (акустическим, вербальным, тактильным), и поэтому визуальная семиотика может мыслиться нами как частный случай семиотики в широком смысле. С другой стороны, мы выражаем ту мысль, согласно которой всё визуально данное не только обращается к нашим чувствам, но и сообщает нам сформированную и переданную кем-то омысленную информацию (сообщение), а потому визуальная семиотика может быть понята как семиотический сегмент визуальности (включающий также, как минимум, эстетический и психологический отделы). Другими словами, визуальная семиотика может быть

понята и как обращённый к визуальности регион семиотики, и как семиотически ориентированная «отрасль» визуалистики. Эмпирический же материал для такого «двустороннего» исследования поставляют гуманитарные науки, в ходе своего развития обнаруживающие визуально-семиотические аспекты (или уровни) своих предметных сфер и потому вынужденные включать в свой арсенал визуально-семиотические методы их интерпретации. Итак, термином «визуальная семиотика» можно именовать полидисциплинарное исследовательское поле, которое предметно формируется научным интересом к *визуальным способам коммуникации*, осуществляемым в различных «оптически» организованных формах культурной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Александров 2003 – Александров Е. В. Опыт рассмотрения теоретических и методологических проблем визуальной антропологии. Москва, 2003.
- Арнхейм 1984 – Арнхейм Р. Динамика архитектурных форм. Москва, 1984.
- Арнхейм 1960 – Арнхейм Р. Кино как искусство. Москва, 1960.
- Барт 1994 – Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. Москва, 1994.
- Беньямин 2012 – Беньямин В. Учение о подобии: Медиаэстетические произведения. Москва, 2012.
- Бычков 1992 – Бычков В. В. Русская средневековая эстетика. XI–XVII века. Москва, 1992.
- Инишев 2011 – Инишев И. Н. Пространственность образности // Топос. 2011. № 1. С. 116–125.
- Кузнецов 2010 – Кузнецов В. Г. Научное наследие Женевской лингвистической школы. Москва, 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://coollib.net/b/230581/read> (дата обращения: 07.03.2014)
- Кустова 2010 – Кустова Е. Ю. Французское междоумие: лексико-грамматические аспекты, семиогенез и интеракционные функции: Диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук. Пятигорск, 2010. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/frantsuzskoe-mezhdometie-leksiko-grammaticheskie-aspekty-semiogenez-i-interaktsionalnye-funk> (дата обращения: 08.03.2014)
- Ладов 2013 – Ладов В. А. О понятии информации в контексте современных исследований по проблемам семантики и искусственного интеллекта // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. № 4 (24). С. 26–32.
- Лидов 2006 – Лидов А. М. Иеротопия. Создание сакральных пространств как вид творчества и предмет исторического исследования // Иеротопия. Создание сакральных пространств в Византии и Древней Руси. Москва, 2006. С. 9–31.

- Мелик-Гайказян 2009 – *Мелик-Гайказян И.В.* События, организующие коммуникативное пространство // Конструирование человека. Томск, 2009. С. 13–20.
- Мирошниченко 1995 – *Мирошниченко А.А.* Толкование речи: основы лингво-идеологического анализа. Ростов-на-Дону, 1995. [Электронный ресурс]. URL: http://www.kazhdy.ru/andrey_miroshnichenko/rech/1/ (дата обращения: 21.03.2014)
- Моррис 1983 а – *Моррис Ч.У.* Из книги «Значение и означивание». Знаки и действия // Семиотика. Москва, 1983. С. 118–132.
- Моррис 1983 б – *Моррис Ч.У.* Основания теории знаков // Семиотика. Москва, 1983. С. 37–89.
- Розин 1996 – *Розин В.М.* Визуальная культура и восприятие. Москва, 1996.
- Романов, Ярская-Смирнова 2009 – Визуальная антропология: Городские карты памяти / Под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой. Москва, 2009.
- Савчук 2005 – *Савчук В.В.* Философия фотографии. Санкт-Петербург, 2005.
- Штомпка 2010 – *Штомпка А.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. Москва, 2010.
- Эко 2006 – *Эко У.* Отсутствующая структура. Санкт-Петербург, 2006.
- Polidoro 2008 – *Polidoro P.* Che cos'è la semiotica visiva. Roma, 2008.

Материал поступил в редакцию 10.04.2014