

СТАТЬИ / ARTICLES

ВИЗУАЛЬНОСТЬ И КОММУНИКАЦИЯ

С. С. Аванесов

Томский государственный педагогический университет

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

Статья посвящена исследованию коммуникативной функции визуального образа. Автор производит различие понятий «образ», «внешность» и «изображение», анализирует основные характеристики образа как культурного медиатора. Человек есть коммуникативное существо; естественная для человека среда существования – это пространство культуры. Присутствие человека в культуре обеспечивается коммуникативным образом, благодаря различным «языкам культуры». Один из таких «языков» – это система визуальных объектов, имеющих для человека семиотическое и прагматическое значение. Восприятие внешности означает опознание субъектом объекта, восприятие образа означает получение сообщения. «Внешность» – это понятие, связанное с пространственной ориентацией субъекта, обладающего способностью визуального восприятия; «образ» – понятие, описывающее коммуникативную ситуацию, в силу наличия которой субъект присутствует в культуре. Автор рассматривает изображение как способ фиксации и предъявления образа; при этом само восприятие образа имеет коммуникативный (со-общительный) характер. Визуально-коммуникативная ситуация имеет место тогда, когда образ выступает для субъекта в качестве, во-первых, фрагмента, требующего контекстуальной (семантической) дефрагментации; во-вторых, в качестве имеющей отношение лично к нему реальности, вызывающей индивидуальный отклик и переводящей личность в активное (прагматическое) состояние.

Ключевые слова: визуальные исследования, визуальная антропология, коммуникация, культура, образ, изображение, фрагмент, субъект.

VISUALITY AND COMMUNICATION

Sergey Avanesov

Tomsk State Pedagogical University

The article investigates the communicative function of visual image. The author makes the distinction between the concepts of “image”, “exterior” and “picture”, analyzes the main characteristics of the image as a cultural mediator. Man is a communicative being. The natural environment of human existence is a space of culture. A human presence in the culture is ensured by communicative way, using different “languages of culture”. A system of visual objects is one of these “languages”; these objects have a semiotic and pragmatic meaning for humans. The human perception of exterior means

the identification of an object, the human perception of image means the getting of a message. “Exterior” is a concept associated with the spatial orientation of the person, which has the ability of visual perception; the “image” is a concept describing the communicative situation, which ensures the presence of the subject in culture. The author considers a picture as a way of capturing and presenting of the image, whereas the perception of the image has communicative nature. Visual communicative situation takes place when the image is for the person, first, a fragment which requires contextual (semantic) defragmentation; secondly, as a personally relating to him reality, causing the individual response and transforming the person in the active (pragmatic) condition.

Keywords: visual studies, visual anthropology, communication, culture, image, picture, fragment, subject.

Человек есть существо, реализующее себя только в коммуникативном бытии; точнее говоря, человек *есть* лишь коммуникативным образом. Коммуникация в точном смысле слова отличается от «естественного» взаимодействия в силу своего культурного (разумно-ценностного) характера. Та реальность, которая соответствует *человеческому* способу быть, с неизбежностью является реальностью осмысленной, подверженной рефлексии на основе обмена опытом и поддающейся трансформации в результате синхронных и диахронных целесообразных действий. Принципиальное отсутствие *определённой* человеческой «сущности» как неперемнное условие такого бытия [Аванесов 2013, 83] не отрицает идентичности *конкретного* человека, но, напротив, предполагает активную личностную идентификацию – но только в качестве свободного, ответственного, открытого в своих возможностях самосозидания. Конструируемая самим человеком идентичность, таким образом, представляет собой не жёстко детерминированную реализацию (разворачивание, раскрытие) некоей принудительно навязанной, «врождённой» ему имплицитной сущности, но самостоятельно создаваемую в коммуникативном поле индивидуальность. Эта коммуникативная среда и есть человеческая культура [ср.: Мелик-Гайказян 2010, 43]. Только в поле культуры всякий человек способен обнаружить «вполне удовлетворительное отождествление» с самим собой [Лоренц 1992, 50]. Экзистенциальное усвоение «плодов» культуры предполагает «непрестанную и неустанную актуализацию в опыте непосредственного контакта, диалога, где инстанция пользователя – это позиция вовлечённого, увлечённого, если не разоблачённого соучастника» [Ванеян 2010, 7]. Человек как существо, способное определять и переопределять самого себя, ориентируется в этом собственно человеческом праксисе на те «эталонные», которые сохраняются и транслируются культурой. Системные способы трансляции указанных ценностных образцов и нормативов могут быть обозначены как *языки культуры*; среди этих языков всё более важное место занимают системы визуальных образов. В данном исследовании идёт речь о специфике и функциях образа в коммуникативно «устроенном» бытии человека.

Культура содержит в себе и предлагает субъекту различные способы организации коммуникативного пространства; в самом приблизительном смысле эти способы можно разделить на вербально-акустические, вербально-текстуальные и визуальные¹. В последние десятилетия очевиден перенос теоретического и практического акцента с вербальных на визуальные способы организации и интерпретации коммуникативных пространств и актов. Эта очевидность маркирована термином «визуальный (пикториальный, иконический) поворот» [см.: Инишев 2012; Савчук 2010]. В этом повороте многие склонны видеть отражение неких объективных процессов, протекающих в самой культурной среде. «Вербальные трансляции культуры доминировали в эпохи, когда символом было слово. <...> Впечатления, рождаемые визуальностью, стали наполнением повседневности современной культуры. <...>. Степень распространённости новых коммуникационных средств изменила соотношение между каналами трансляции в пользу столь явного преобладания прагматики и синтактики, что это сделало долю семантики ничтожной. В принципе, именно это заставляет возлагать вину за трансформацию культуры на современные коммуникативные средства» [Мелик-Гайказян 2009, 15]. Сфера визуального становится всё более самодостаточной, теряет свой общительный характер, утрачивает функцию медиатора между субъектом и не визуальной реальностью. Иначе говоря, наблюдается активное «вытеснение семантики из коммуникативного пространства, грозящее вызвать необратимые трансформации культуры» [Мелик-Гайказян 2009, 17]. Во всяком случае, диагностика культурных сдвигов и прогностика формирующихся социокультурных и антропологических трендов теперь уже невозможны без опоры на аналитику визуальности.

Констатация того факта, что человеческая реальность становится всё более «образной» (пикториальной), требует в первую очередь определения ключевого концепта формирующегося «визуалогического» дискурса. Анализируя место образа в человеческом существовании, всегда надо иметь в виду две особенности названного феномена: а) его *визуальный* характер; б) его *коммуникативные* функции. Названные спецификации образа, в свою очередь, требуют дополнительного терминологического уточнения. Это необходимо хотя бы для того, чтобы невольно не смешивать термины «образ» и «облик», указывающие, казалось бы, на одно и то же: оптически данную внешность объекта. Понятия образа и облика различаются, прежде всего, в смысловом отношении. Обликом мы называем внешность, внешний вид; облик человека – частный случай «объектной внешности» вообще. Образ же *не совпадает* с обликом (внешностью): рисунок пером, чёрно-белая фотография, контур, силуэт, схема,

¹ Может быть, следовало бы выделить ещё и сигнально-акустическую коммуникацию, основанную на передаче и восприятии невербальных звуковых сообщений и команд; визуальную же коммуникацию при желании можно разделить на сигнально-визуальную и текстуально-визуальную (семиотическую).

танец, пантомима, пародия явным образом не тождественны «подлинному» облику того, что они по-своему изображают; однако всякое такое изображение несёт в себе специфически выраженный образ изображённого. Ни статичность, ни плоскостной характер живописного, графического или фотографического изображения не соответствуют динамичности и объёмности наблюдаемого облика того, кого они визуальным «представляют» зрителю. Тем не менее (а точнее – именно поэтому) мы способны воспринимать содержание изображения как образ «предмета» или «лица» в его отличии от внешности этого «предмета» или «лица».

Указывая на предмет и называя его, мы свидетельствуем о том, что мы его узнали, то есть соотнесли видимое с тем знанием, благодаря которому мы и смогли в этот момент номинально причислить его к тому или иному «разряду» предметов. Но при этом, как правило, нам не дана «законченная» внешность этого предмета; и всё же мы его узнали и назвали независимо от того, смогли ли мы осмотреть его целиком. Видеть-узнавая, таким образом, не означает «иметь в распоряжении» всю внешность узнаваемого. И, следовательно, указывая на изображение и указывая на реальный предмет, мы имеем право сказать: «Это чайник» («Это цветок», «Это луна» и т. п.), – именно потому, что *основанием* опознания и одновременно подлинным «объектом» остенсии в обоих случаях выступает образ предмета, а не его внешность.

Конкретный, индивидуальный «предмет» опознать, кажется, сложнее, поскольку идентификация такого «предмета» требует получения специфицирующей информации (не человек в отличие от кошки или стула, а конкретный человек: полицейский, продавец, карлик, Иван Иванович Иванов); здесь уже важны не видовые признаки, а детали. Однако и в этом случае речь не идёт о «целостности» или «законченности» восприятия внешности, поскольку достаточно попадания в поле зрения последней (или вообще единственной) идентифицирующей детали, чтобы цель была достигнута и последующий осмотр стал излишним.

Более того, визуальное узнавание предмета, мы воспринимаем то, что вообще *отсутствует* в его внешности (но, видимо, входит в его образ). Если бы мы считали, что, указывая на предмет, мы видим его «во всей его непосредственности и полноте», мы бы определённо заблуждались. «На самом деле мы видим его *опосредованно* – втянутым, вписанным во множество связей» [Петровская 2012, 20], то есть в определяющих его специфику контекстных отношениях. Контекст – то, что отсутствует во внешности, но определяет образ. Поэтому феноменологическая редукция представляется мне операцией, приводящей не к познанию предмета, а к его потере: предмет «в чистом виде» есть фикция, а чистый эйдос есть фантастическая абстракция. Мы узнаём предмет благодаря образу, а образ определяется контекстом – совокупностью тех осмысленных для нас связей, в которые включён предмет. Метод созерцания чистого эйдоса, кстати,

тоже с неизбежностью контекстуален, то есть обусловлен своей включённостью в платоническую (феноменологическую) парадигму с её *противоестественной* установкой.

Наконец, радикальнейшее несовпадение образа с внешностью мы встречаем в иконописи. Бесплотное по определению не имеет внешности, однако этот фундаментальный факт не запрещает нам вести речь о его образе и переводить эту речь в «изобразительную» практику, которая и является подлинно *иконической*. Именно радикальное различие образа и внешности, на мой взгляд, является последним основанием иконопочитания. Икона (как и некоторые современные жанры изобразительного искусства) «показывает не изображая» [Петровская 2012, 27]. Иконическое в точном смысле слова, следовательно, есть не столько «изобразительное», так как *изображается* лишь то, что имеет внешность [ср.: Петровская 2012, 25], сколько «образное», то есть имеющее отношение к изображению неизобразимого, иначе говоря, к визуальному выражению того, что не имеет внешности. Изображение более или менее точно *копирует* внешность изображаемого, но икона (в том числе и пространственная), в отличие от изображения, заключает в себе исключительно образ. Иконичность в указанном смысле проявляет себя и в архитектуре храма, где, скажем, алтарь не «изображает», а «знаменует» собой духовную высоту («Небо»). В сакральном искусстве, тем не менее, присутствуют и иконические, и «изобразительные» практики, которые сознательно не смешиваются, исполняя каждая свою функцию; образ и изображение Иерусалима, например, отличаются друг от друга так же, как отличается храм Покрова на Рву от Воскресенского собора Ново-Иерусалимского монастыря – как образ и копия.

И в общекультурном поле названные феномены – образ и внешность – функционально различаются. Восприятие внешности (облика) означает *опознание*, восприятие образа означает *получение сообщения*. Иначе говоря, «внешность» – понятие, связанное с пространственной *ориентацией* субъекта, обладающего способностью визуального восприятия; «образ» – понятие, описывающее *коммуникативную ситуацию*. При этом мы способны различить в образе как сообщении два коммуникативных слоя: денотативный (прямое сообщение) и коннотативный (непрямое сообщение). Крайний случай несовпадения денотативного и коннотативного слоёв образа – это визуальный знак. В конечном итоге, образ – это то, что оптически воспринимается как *знак* (в самом широком диапазоне значений этого термина), а облик – то, что оптически воспринимается как *признак*.

Знаковая природа образа означает его принадлежность к сфере культурно-антропологических практик. Внешность *есть* (имеется в наличии), но образ *создан*. Поэтому образ всегда присутствует в опыте как *коммуникативный конструкт*, «наиболее общая форма выражения» [Бычков 2002, 266] идеи, мысли, желания, побуждения, сообщения и так

далее. Ситуация, конечно, принципиально трансформируется, когда человеком принимается установка, согласно которой «естественная» реальность в целом полагается как тотальный нарратив (абсолютное сообщение) и потому приобретает семиотический характер. Но до тех пор, пока коммуникация переживается в опыте как сфера обмена информацией, производимой, передаваемой и принимаемой человеческими субъектами, образ и внешность строго различаются.

Образ есть содержание изображения. Так определяемый образ конституируется в этом своём качестве совершенно независимо от проблемы наличия или отсутствия его «реального» референта. Тема реальности изображённого (было или есть «на самом деле» то, что изображено; а если было или есть, то *так* ли оно было или есть) является дополнительной, вторичной, то есть относится уже не к самому визуальному сообщению, а к его истолкованию. Поэтому образ является предметом визуальной семиотики и искусствознания, а проблема его референции – предметом культурологии, совершенно иной гуманитарной дисциплины. Образ, лишённый всех своих историко-культурных и информационных «измерений» (иначе говоря, воспринимаемый далеко не во всей своей полноте), оказывается предметом чисто эстетического восприятия. Полнота образа открывается в его интегральном осмыслении, в поле со-действия семиотики, теории и истории искусства, эстетики и культурологии.

Для точности выражения мысли и ясности выводов сосредоточимся здесь на строгом понятии слова «образ», не принимая во внимание его риторические, метафорические или «автоматические» (типа *образа жизни*) употребления. В настоящее время общим местом стало утверждение о полисемантности термина «образ», за которым якобы «скрываются десятки понятий, объём которых находится в интервале от материальных объектов до зрительных представлений» [Рахматуллин и др. 2012, 168]. От такой «полисемантности» необходимо отказываться в каждом случае, когда слово «образ» можно заменить иными – терминологически не синонимичными – словами или выражениями, более подходящими по смыслу. Например, попытка определить образ как некий «феномен», обладающий и субъективным, и объективным бытием и потому способный находиться «вне человеческой психики» [Рахматуллин и др. 2012, 168], требует употребления более уместных здесь терминов «идея», «эйдос» (если имеет место платонический дискурс; ср. *Кратил* 390 a–b) или «внешность», «облик» (в контексте «натуралистической» установки в самом широком смысле). Ни онтологически полагаемая идея, ни физическая внешность вещи *сами по себе* не предполагают коммуникативного пространства и не продуцируют его; поэтому их обозначение термином «образ» не является уместным. Иначе говоря, любая речь об «образе», опирающаяся на презумпцию его «объективного» наличия *вне* коммуникативной среды, должна быть диагностирована как случай неверного употребления термина.

Согласно другому типичному представлению, образ есть «любой репрезентант, представляющий какой-либо объект» [Рахматуллин и др. 2012, 168]. Такой способ определения образа «стирает грань между образом, знаком, символом, моделью, чертежом и т.п.» [Рахматуллин и др. 2012, 168], то есть между собственно образом и многочисленными визуальными и невизуальными репрезентантами. Данное понимание образа базируется на неразличении собственно образа и изображения, хотя очевидно, что, например, такие репрезентанты, как рисунок, скульптура и фотография, принципиально отличаясь друг от друга как разные способы *изображения*, могут, тем не менее, служить для фиксации (трансляции) одного и того же образа. Не менее важно и то, что указанное определение является слишком расширительным; так, в фонетических системах письма слово, обозначающее предмет, является его акустическим или графическим репрезентантом, но вовсе не является его образом.

Наконец, достаточно распространено определение, согласно которому образ есть «чувственный аналог, копия предмета, возникающая в результате его отражения психикой» [Рахматуллин и др. 2012, 168]. Даже если не ассоциировать эту позицию с пресловутой «теорией отражения», но стараться вести речь прежде всего о некоем «структурном соответствии» [Рахматуллин и др. 2012, 168–169] психического образа и физического оригинала, приходится признавать: не всё, что «отражается» человеческой психикой, представляет собою *образ* отражённого. Во-первых, при таком подходе понятие образа неоправданно расширяется за пределы визуальных параметров. «Образ соснового леса может включать в себя не только визуальные ощущения, но и звуковые (шум сосен, вызываемый ветром), и обонятельные (запах хвои)» [Рахматуллин и др. 2012, 169]. В строгом смысле, однако, *образ* леса не включает в себя ничего невизуального; названные же выше явления не включены в образ леса, но являются *продуцентами* определённых визуальных компонентов его целостного образа; они не входят в состав образа, но порождают, «вызывают» его. Верно, впрочем, и обратное: визуальный образ леса может породить представление или личное воспоминание о шуме ветра в соснах и о запахе хвои. Во-вторых, при таком понимании образа теряется принципиальное различие между предметом и его образом. Образ тогда «есть совокупность чувственных сигналов, изоморфных содержанию объекта-оригинала и субъективно переживаемых в качестве самого объекта» [Рахматуллин и др. 2012, 169]. Но в таком случае нет оснований для различения образа предмета и самого предмета: либо, впадая в иллюзию, мы видим образ некоего предмета, но воспринимаем его как сам предмет (то есть субъективно «располагаем» вовсе не образом, а *самим предметом*); либо мы имеем в виду, что никакой предмет сам по себе не может быть дан нам как-либо иначе, нежели «в образе», «в виде» этого предмета, причём единственный подлинный, неподдельный образ вещи – это она сама

в своём визуально данном облике. Только при наличии какой-либо из названных установок можно говорить о том, что предмет и его образ «субъективно переживаются» в качестве чего-то неразличимого. Не о таких маргинальных ситуациях «обмана зрения» или «недоверия подделке» идёт речь, когда мы ставим вопрос о коммуникативных аспектах образности.

Образ, зафиксированный в материи, объективированный в веществе, есть *изображение* (не в девербативном, а в «предметном» смысле этого слова). Образ есть то, что изображено; изображение – способ наличия образа в коммуникативном пространстве культуры. Изображение является предметом анализа тогда, когда осознана необходимость вести речь уже не только о самом образе, но и о способах его фиксации, презентации, трансляции, рецепции, интерпретации, цитации и так далее, то есть о конкретных формах присутствия образа в реальной человеческой практике. При этом изображение необходимо столь же строго отличать от образа, как и образ от внешнего вида. Когда утверждается, что образ «обладает свойством интенциональности, переживается человеком в качестве находящегося вне его психики предмета материального мира» [Рахматуллин и др. 2012, 169], тогда происходит вольная или невольная подмена термина и, следовательно, производится неверный вывод. Действительно, в качестве объективно данного «предмета» может выступать для субъекта отнюдь не образ, а либо доступный зрительному восприятию «элемент» действительности в его внешнем облике, либо изображение как материально воплощённый образ. Сам же образ как таковой *никогда* не переживается субъектом в качестве «предмета материального мира».

Будучи по своей сути принципиально отличным от предмета, образ, тем не менее, всегда обладает такой характеристикой, как предметность. Изображение несёт семиотическую нагрузку лишь в том случае, если его содержанием является образ *чего-то*, иначе говоря, если изображение имеет семантическое измерение. С предметностью образа напрямую связана его осмысленность и, следовательно, его способность исполнять функцию медиатора в коммуникативном акте. Мы осмысленно воспринимаем изображённый образ благодаря тому, что в нашем распоряжении находится «конвенциональность имитативных кодов», неких понятных нам способов «передачи сходства» [Эко 2006, 164]. Мы идентифицируем образ в качестве образа именно потому, что располагаем соответствующими рецептивными кодами. Благодаря им, в частности, мы легко компенсируем такой, казалось бы, неустранимый недостаток изображения, как его содержательная фрагментарность.

Действительно, изображение в своей *коммуникативной* функции всегда несёт на себе признак фрагментарности. Дело не в том, что содержанием всякого изображения может стать лишь фрагмент реальности в целом. Воспринимаемое в качестве законченного целого, изображение функционирует как предмет созерцания, как эстетический объект, визуально дан-

ный находящемуся вне его субъекту. «Образ резко выделен, – пишет Ролан Барт, – он чист и ясен, как буква <...>. Точный, полный, тщательно отделанный, определённый, он не оставляет мне никакого места: я исключён из него, как из первичной сцены, существующей, быть может, лишь постольку, поскольку она выделена контуром замочной скважины» [Барт 1999, 219]. Созерцание изображённого фрагмента реальности часто оказывается самодостаточным, не требующим ни знания, ни представления о том, частью чего он является. Если фрагмент хорош сам по себе, если он привлекает взгляд, то этот фрагмент вступает в поле нашего зрения как своего рода целостность. Он предстает нам как достаточное для нас, исчерпывающее себя целое. В таком случае нас не интересует конкретный «контекст» данного фрагмента; нас не интересует всё то, во что он «вставлен» (или *был* «вставлен»), так сказать, «на самом деле», «в реальности»; всё то, что находится за границами так воспринимаемого нами предмета, мы не имеем в виду. Он ценен для нас как таковой, сам по себе; его эстетическая ценность или привлекательность не зависит от того, каково то «целое», частью которого он «объективно» является. В конечном счёте, *эстетическое* отношение к фрагменту означает восприятие его субъектом как самодостаточного, самоценного, то есть как целого предмета. *В поле чисто эстетического восприятия любой фрагмент оказывается целым, не имеющим продолжения вне себя самого.* Вне связей с прочим, такой предмет эстетического созерцания доступен лишь для «синтаксического» восприятия и анализа. Однако синтаксис, лишённый семантики и прагматики, не способен инициировать семиотическую ситуацию в целом.

Культурно-коммуникативный акт, следовательно, совершается тогда, когда воспринимающему субъекту доступны все семиотические слои наблюдаемого им образа, что позволяет реципиенту, во всяком случае, воспринимать то, что ему предполагал сообщить автор, а для этого требуется так или иначе «преодолевать» ограниченность изображения. В частности, определённый культурно-коммуникативный контекст обуславливает адекватность восприятия *смысла*, который может и не совпадать с содержанием наличного изображения (хотя и понимание *содержания* произведения искусства требует лишить это произведение его наличной «эйдетической» замкнутости). Скажем, когда мы видим скульптурный бюст – например, на выставке, в музее или в виде памятника в публичном месте, – мы воспринимаем его как один из принятых способов изображения *человека*, и, как правило, у нас не возникает впечатления, что мы видим отрубленную голову [Эко 2006, 165]; это касается и изображения на монете. Живописный портрет зачастую представляет зрителю только фрагмент персонального облика, но при этом воспринимается как портрет *человека*, а не как изображение ограниченного участка человеческого тела (часть туловища с головой). Фрагментарность *содержания* изображения компенсируется через восприятие его *смысла*.

Любое изображение фрагментарно, поскольку пространственно ограничено. Особенно это ясно, когда мы *узнаём* на картине героев какой-то истории (реальной или вымышленной); тогда для нас это не просто так или иначе одетые люди в тех или иных положениях и позах, а герои сюжета, который простирается за рамки картины. Изображение – лишь фрагмент чего-то большего; но именно потому, что оно не самодостаточно, не замкнуто на себе, не заканчивается на своих краях – его содержание для нас *имеет смысл*. Целостное, законченное на самом себе изображение было бы красивым или безобразным, изысканным или примитивным, ярким или смутным, но совершенно *непонятым*. Иначе говоря, художественное изображение является таковым, если оно в определённом смысле «больше самого себя»; и поэтому оно, *показывая себя, рассказывает* о большем. Чтобы выполнять эту функцию, изображение должно нести в себе обязательное качество фрагментарности. И тогда мы не просто рассматриваем женщину с отрубленной мужской головой на блюде, а видим Саломею [ср.: Эко 2006, 195]; и в изображении женщины, плывущей по водам на спине быка, мы видим иллюстрацию истории очередного сексуального приключения «отца богов и людей».

Даже натюрморт, будь он идеально законченным в композиционном отношении, имеет предполагаемое продолжение: фрукты, цветы и дичь расположены на столе, но стол не исчерпывает собою всей реальности, имеющей отношение к расположению названных вещей; он потому и воспринимается как стол, что ему как предмету обстановки (по нашему опыту) надлежит быть помещённым, как правило, в комнату или в дом; стена на заднем плане – тоже необходимая *часть* помещения. А дом, в свою очередь, помещён в город или село, в конечном итоге – в *мир*. И натюрморт – лишь видимая часть этого мира. Не говоря уже о том, что, узнавая фрукты, цветы и предметы интерьера, называя эти элементы картины их родовыми именами, мы воспринимаем их как наглядно представленные *отдельные* (отделённые) экземпляры «натуры» или «культуры».

Сказанное имеет отношение и к фотографии. В принципе, любая фотография демонстрирует нам только *часть* реальности, её ограниченный фрагмент. Мы *знаем*, что реальность *шире* фотографии; мы знаем, что снимок образован рамкой, отсекающей всё то, что становится «внешним» благодаря этому ограничению. Если снимок не имеет ясно обозначенной локализации представленного на нём факта, предмета или лица, если он ничего не сообщает смотрящему на него о точном адресе изображённого, то мы получаем возможность нечто предположить о том, где расположен снятый фотографом объект, достроить «контекст» снимка. Но даже если изображение никак не намекает на этот адрес, если «контекст» снимка остаётся для нас абсолютно тёмным, мы способны получить впечатление и приобрести определённое эмоциональное отношение к данному изображению. Мы чувствуем, что «это прекрасно», или

«это впечатляюще», или «это мрачно». Неопределённость информации успешно компенсируется отчётливостью эстетического впечатления. При этом мы можем быть уверены только в одном: это расположенное «где-то в реальности» конкретное место однажды было зафиксировано взглядом фотографа и его техникой.

Но даже если, смотря на фотографию, мы не можем извлечь из изображения никакой *конкретной* информации, то единство общего культурного контекста фотографа и зрителя всё же позволяет последнему воспринять некие общие сведения, имеющие отношение не исключительно к данному снимку, а ко всем снимкам такого типа или ко всякому подобному содержанию (сюжету) фотографии в общем. Совпадение коммуникативного пространства автора и зрителя обеспечивает возможность их более или менее полного «контакта». Что значит фотографическое изображение неизвестных людей для того, кто на него смотрит? Изображённые на фотографии люди – это, казалось бы, просто анонимные персонажи, не связанные (а если связанные, то очень приблизительно) ни с каким местом и временем, «объекты» вне истории и вне контекста. Вот пример из книги Митча Каллина «Tideland». Девочка Джелиза-Роза с куклой по имени Классик находят на чердаке старого дома коробку с фотоальбомами. В коробке «лежали шесть альбомов с фотографиями, но на чёрно-белых снимках мы не нашли ни одного знакомого лица: какие-то дети на самокате, на трёхколёсном велосипеде и на лошадке, мужчины и женщины на пикнике в поле, рыбалка, чья-то свадьба, длинный кирпичный дом в окружении других длинных кирпичных домов.

– Незнакомцы, – сказала Классик. – Никто» [Каллин 2007, 65]. Однако, с другой стороны, эти анонимные персонажи на снимках в восприятии ребёнка, как видим, успешно идентифицированы по возрастным и половым признакам, определён род их занятий и обстоятельства съёмки. Итак, контексты изображённого на фотографии доступны для прямой реконструкции даже тогда, когда отсутствует точная информация о месте, времени и именах участников происходящего.

Происходящее *где-то* происходит *везде*. Снимок неизвестного нам места мы имеем право локализовать где угодно, особенно если мы узнаём на снимке нечто *типичное*. «Фотограф, выделяя и запечатлевая место и момент в поле зрения, делает его и символичным, и глубоко резонирующим. И это не иллюзия, а обострённая реальность, которая предлагается нам. Возможно, взгляд простоты, – то, что св. Ефрем Сирийский называет „просветлённым оком“, – может наделить нас способностью видеть мир подобным образом» [Сигрист 2003, 14]. Мы можем не *знать* того, кто изображён на снимке, но это не мешает нам *узнавать* в нём, скажем, человека, мужчину, офицера, немца (пусть мы в результате так и не доберёмся до конкретного имени «Фридрих Ницше»). «Скользя взглядом по поверхности фотографии, мы видим там незнакомых людей, чья внешность

и позы вызывают у нас ассоциации с известными нам типажам и ситуациями» [Ярская-Смирнова, Романов 2009, 8]. Так происходит обобщение по фрагменту, *дефрагментация* изображения, восхождение от частного к общему, от элемента к структуре, от индивида к типу. Мы узнаём по фотографии нечто такое, что на ней *не* изображено. Ясно, что процедуру дефрагментации «запускает» именно фрагментарность самого изображения; целостность изображения означает семиотическую пассивность субъекта в отношении видимого им.

Видимое – не всегда *реальное* для наблюдателя; видимое реально только тогда, когда касается видящего, имеет к нему отношение. Чистое наблюдение, отстранённое созерцание по сути означает отношение к происходящему как к нереальному. Наблюдаемое «со стороны» – исключительно объективно; так смотрит на окружающую действительность объектив автоматической видеокамеры. Это объективное постольку нереально, поскольку (в экзистенциальном смысле) оно нас *не касается*. Это происходит не с нами. Мы *вне* того, что мы наблюдаем со стороны. Мы *не участвуем* в том, что мы наблюдаем. Мы находимся в позиции наблюдателя не только тогда, когда рассматриваем чужие фотографии или смотрим фильм; ту же позицию невовлечённого зрителя мы можем занимать, например, читая газету или книгу. «Перед нашим мысленным взором как в кинематографе мелькают образы, мы ведём себя как зрители, нам не приходит даже в голову, что событие, о котором идёт речь, тоже может нас коснуться» [Марсель 2004, 90]. Человек в этой позиции остаётся равнодушным к тому, что разворачивается перед его физическим или душевным взором, и потому он пассивен; здесь «нет и речи о том, чтобы смело выходить навстречу, смотреть в лицо ситуации и оценивать её в самом лично значимом смысле этого слова» [Марсель 2004, 90]. Объективное событие-в-действительности не становится субъективно значимым событием-в-реальности [Мелик-Гайказян 2010, 47]. Наблюдатель безразличен к происходящему; это безразличие основано на (сознательном или бессознательном) отношении к наблюдаемому «как к нереальному», как к тому, в реальность чего не верят [Марсель 2004, 91]. Отстранённая обсервативная позиция предполагает «разглядывание», но не сопереживание. Так иногда смотрят на фотографии катастроф: впечатляюще, красиво, удачно снято, но не более того.

Изображение всегда ограничено (и потому в известном смысле фрагментарно), но границы образа не совпадают с границами изображения. Илья Инишев, к примеру, справедливо замечает, что образ «не имеет физических границ»; в этом смысле образ – это «внутримировая трансценденция» [Инишев 2011, 90]. Другими словами, изображение имеет измеримые пространственные границы, а образ их не имеет. Этот тезис влечёт два теоретических следствия. Во-первых, границы образа необходимо существуют, но они имеют *смысловой*, а не пространственный ха-

ракти; наличие таких границ обуславливает *различие* индивидуальных образов. Во-вторых, воспринимаемый субъектом образ не есть одиночный и самодостаточный факт; он всегда есть единичный экземпляр серии однотипных образов. В *этом* образе мы что-то узнаём, то есть видим в нём (или посредством него) то, что нам каким-нибудь образом *уже* известно; производим, так сказать, *семантическую апперцепцию*.

Воспринимающий субъект является обязательным условием наличия конкретного материального объекта в качестве изображения, то есть носителя образа. Именно взгляд на изображение, как признаётся многими, делает его таковым: «трансформирует физическую поверхность в иконическую плоскость» [Инишев 2011, 90; ср. Инишев 2012, 200]. Антропологический ракурс рассмотрения данной ситуации требует внести коррективы в этот тезис. На самом деле содержание изображения, конечно же, не формируется последовательным переходом взгляда от носителя (который вообще может быть скрыт, неясен или вовсе неважен для смотрящего) через вещественные средства изображения к самому «конструируемому» образу, но *непосредственно* дано наблюдателю. Глядя на картину, мы не складываем друг с другом разные краски, чтобы получилось изображение; более того, видеть краски (и вообще «физическую поверхность») означает не видеть изображения, и наоборот. Открытие же таких аспектов изображения, как *tabula* и *pictura* (носитель и изобразительный материал), – это, скорее, реконструирование, то есть дополнительное рефлексивное действие, *следующее за* восприятием образа и потому вторичное и необязательное. Таким образом, для зрителя не изображение «происходит» из носителя и изобразительных средств, но из изображения (и только при условии, что оно наличествует) «происходят» и «следуют» дополнительные (пояснительные) представления об изобразительных средствах и носителях, вторичных по отношению к самому изображению как способу предъявления образа.

Такое предъявление может быть успешным (достигающим цели) только в контексте наличия культурной коммуникации. Илья Инишев предлагает к обсуждению тезис, согласно которому образ имеет *генеративную* функцию, то есть, иначе говоря, отвечает за генерацию смысла в коммуникативном пространстве. Поэтому «как относительно автономная инстанция смыслопорождения образ – это скорее субъект (или квази-субъект), чем объект социального действия» [Инишев 2011, 92], то есть такой действующий агент, социокультурные функции которого «базируются на его „агенсу“, его способности выступать в роли социального актора, наделённого рядом личностных черт» [Инишев 2012, 210]. Визуальный образ – «это скорее активная, деятельная инстанция. Образ оказывает сопротивление взгляду, ограничивая и направляя его» [Инишев 2011, 93]. Дабы не впасть в заблуждение, связанное с подобной мистификацией продукта человеческой практики, нельзя упускать из виду, что, во-первых, всякому

образу генетически предшествует его автор (пусть даже и «коллективный»), а потому-то образ, оказывая влияние на состояние или действие конкретного субъекта, сам всё же навсегда остаётся результатом творческой активности не менее конкретного субъекта. Иное же заключение можно сделать, только если не принимать во внимание (что совсем не обязательно) *генетическую* характеристику образа: его производность от субъекта. Во-вторых, образ в акте его восприятия *не порождает* смысл, а *провоцирует* его порождение в рецептивном пространстве, возникающем между изображением и субъектом, а следовательно, в конечном итоге, – между автором и реципиентом. Всякая рецепция такого рода несёт в себе неустранимую перформативную составляющую. Поэтому, наконец, в теоретическом рассуждении о смысле образа или содержании изображения вообще не надо ограничиваться только субъектом или только объектом, но нужно вести речь о *поле* субъект-субъектного взаимодействия через посредство специфического объекта-медиатора.

Однако если приведённый выше тезис понимать не столь жёстко, то мы должны будем признать два значимых для нас положения: а) образ актуально не является таковым без инициации со стороны воспринимающего субъекта (реципиента); б) но как только реципиент вызывает к жизни образ, последний захватывает над ним власть: «инициатива» переходит от субъекта к изображению и, следовательно, к автору изображения. Следовательно, в ситуации восприятия образа взаимно активны обе «субъектные» стороны изобразительной практики, что по сути и означает *событие коммуникации*; и не так уж важно, происходит оно синхронно или диахронно. Сумма таких событий в значительной степени определяет или корректирует саму *онтологию* среды существования субъекта, его мир: с одной стороны, человек *знает* очень многие объекты действительности не по их внешности, а по их образам; с другой стороны, «не объект как элемент внепсихической реальности определяет особенности образа, а особенности образа <...> определяют восприятие объекта» [Рахматуллин и др. 2012, 169] и зачастую предопределяют это восприятие.

Итак, визуально-коммуникативная ситуация имеет место тогда, когда образ выступает для субъекта в качестве, во-первых, *фрагмента*, требующего контекстуальной (семантической) дефрагментации; во-вторых, имеющей отношение лично к нему *реальности*, вызывающей субъективный отклик и переводящей личность в активное (прагматическое) состояние. В первом случае коммуникативное поле выступает как герменевтический (культурно-апперцептивный) контекст, во втором – как практически мотивирующий семиотический (праксемический) контакт субъекта-автора и субъекта-зрителя.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аванесов 2013 – *Аванесов С. С.* Нормативная онтология: Петербургские доклады. Томск, 2013.
- Барт 1999 – *Барт Р.* Фрагменты речи влюблённого. Москва, 1999.
- Бычков 2002 – *Бычков В. В.* Эстетика. Москва, 2002.
- Ванеян 2010 – *Ванеян С. С.* Архитектура и иконография. «Тело символа» в зеркале классической методологии. Москва, 2010.
- Воннегут 2010 – *Воннегут К.* Сейчас вылетит птичка! Москва, 2010.
- Инишев 2011 – *Инишев И. Н.* Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2011. № 4 (16). С. 86–93.
- Инишев 2012 – *Инишев И. Н.* «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // Логос. 2012. № 1 (85). С. 184–211.
- Калин 2007 – *Калин М.* Страна приливов. Санкт-Петербург, 2007.
- Лоренц 1992 – *Лоренц К.* Восемь смертных грехов цивилизованного человечества // Вопросы философии. 1992. № 3. С. 39–53.
- Марсель 2004 – *Марсель Г.* Опыт конкретной философии. Москва, 2004.
- Мелик-Гайказян 2010 – *Мелик-Гайказян И. В.* Концептуальная модель диагностики технологий информационного общества // Вестник ТГПУ. 2010. № 5 (95). С. 42–51.
- Мелик-Гайказян 2009 – *Мелик-Гайказян И. В.* События, организующие коммуникативное пространство // Конструирование человека. Томск, 2009. С. 13–20.
- Петровская 2012 – *Петровская Е. В.* Теория образа. Москва, 2012.
- Рахматуллин и др. 2012 – *Рахматуллин Р. Ю., Семёнова Э. Р., Хамзина Д. З.* Понятие образа // Грамота. 2012. № 12 (26). С. 167–170.
- Савчук 2010 – *Савчук В. В.* Иконический поворот // Философские науки. 2010. № 5. С. 134–139.
- Сигрист 2003 – *Серафим (Сигрист), еп.* Внепричинность, Дух и свобода // Личность в Церкви и обществе. Москва, 2003. С. 11–16.
- Эко 2006 – *Эко У.* Отсутствующая структура: Введение в семиологию. Санкт-Петербург, 2006.
- Ярская-Смирнова, Романов 2009 – *Ярская-Смирнова Е., Романов П.* Взгляды и образы: методология, анализ, практика // Визуальная антропология: Настройка оптики. Москва, 2009. С. 7–16.

Материал поступил в редакцию 1.08.2014