

На правах рукописи



Бхат Сурая Башировна

**ВИЗУАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК ФЕНОМЕН МАССОВОЙ КУЛЬТУРЫ
КОНЦА XX-НАЧАЛА XXI ВЕКОВ**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата
культурологии

Саранск 2020

Работа выполнена на кафедре культурологии и социокультурных коммуникаций Автономной некоммерческой организации высшего образования «Российский новый университет»

Научный руководитель доктор философских наук, профессор
Рябова Марина Эдуардовна

Официальные оппоненты:

Белякова Ирина Геннадиевна доктор культурологии, доцент, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», кафедра языковой подготовки кадров государственного управления, заведующий кафедрой

Антипкина Елена Николаевна кандидат философских наук, ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва», кафедра театрального искусства и народной художественной культуры, доцент

Ведущая организация ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет имени К.Д. Ушинского»

Защита состоится 01 апреля 2020 г. в 12 часов 00 минут на заседании диссертационного совета Д. 212.117.10 при ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарёва» по адресу: 430005, г. Саранск, ул. Большевикская, д. 68, корпус 1, ауд. 706.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в Научной библиотеке имени М.М. Бахтина ФГБОУ ВО «МГУ им. Н.П. Огарёва» и на сайте университета: https://www.mrsu.ru/ru/diss/diss.php?ELEMENT_ID=73676

Автореферат разослан « » февраля 2020 г.

Ученый секретарь диссертационного совета



Кузнецова Ю.В.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. С развитием общества человек старался коммуницировать, применяя различные средства связи. Благодаря знакам возникает основная система коммуникации: в эпоху Римской империи она опиралась не столько на устно-вербальные, сколько на письменно-визуальные знаки; следующим важным этапом считается массовое печатное слово, стимулирующее появление книг и газет. На протяжении долгого времени до появления интернета и всемирной паутины данный канал коммуницирования изменялся и развивался, при этом оставаясь наиболее востребованным для большинства людей. Потребность постоянного общения друг с другом стимулирует поиск путей передачи информации на дальние расстояния.

Перенасыщение современного общества средствами коммуникации, которые, так или иначе, влияют на процессы в политике, экономике, культуре, образовании и необходимость изыскания способов и средств компактной передачи информации привели к попыткам визуализации процесса коммуникации. Формирование социокультурной парадигмы нового типа на основе визуализации культурной символики свидетельствует о размывании границ между элитарными и массовыми сегментами культуры. Современная тенденция познавательной ориентации в сторону визуальной практики приучает общество к получению впечатлений от множества быстроменяющихся представлений о реальности. В результате происходит визуальное, а зачастую и довольно поверхностное восприятие мира, основанное на быстром получении готовых для понимания образов и конструкций. При этом человеку не нужно думать, он погружается в уже сформированное пространство смыслов и значений.

Визуальная коммуникация как способ передачи идей и информации в формах, которые можно увидеть частично или полностью, зависит от индивидуального восприятия. Данный вид коммуникации включает в себя «знаки, типографику, рисунок, графический дизайн, иллюстрацию,

промышленный дизайн, рекламу, анимацию, цвет и электронные ресурсы»¹.

В XX в. осуществился ярко выраженный переход от вербальной культуры к визуальной, основанной на зрительных образах и изображении. Эти же процессы произошли и в коммуникации, которая претерпела серьезные изменения, благодаря появлению и утверждению культуры радио, телевидения, а затем и интернета. Термин «коммуникация» (фр., англ. communication < лат. communicatio – сообщение, передача; communicare – делать общим, беседовать, связывать, сообщать, передавать), введенный в научный оборот в начале прошлого века, с точки зрения современной науки подразумевает не только человеческое общение, но и механизмы, пути, формы, функции, смыслы, задачи, связанные с процессом коммуникации: это и обмен взглядами в уличной сцене (Э. Гидденс), и диалог с Другим (М.М. Бахтин), и тексты культуры (Ю.М. Лотман), и миф как «похищенный язык» (Р. Барт), и смысловые модели реальности (П. Бергер, И. Гофман, Т. Лукман и др.) и т.д. Именно в этот период возникает понятие массовой коммуникации, доступной и понятной каждому, направленной на аудиторию. В современном обществе вербальные средства коммуникации стремительно уступают визуальным, как более востребованным, при этом важную роль играет развитие технологий, которые меняют способы подачи информации для ускорения ее усвоения и влияния на массы.

Как отмечает В.М. Березин, «иллюстрирование ныне все шире становится элементом текстообразования. Уровень интегрированности всех изобразительных средств, равно как и других знаковых образований, в единое текстуальное пространство печатных и электронных изданий весьма высок»². И именно благодаря усилившейся визуализации стал популярен особый способ коммуникации – графически-текстовый. Интенсивное использование изображения не только знаменует собой качественно новый процесс развития коммуникации, но и отвечает первостепенным потребностям современного

¹Березин В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия. – М.: РИП-холдинг, 2003. С. 174.

² Там же, С. 174.

общества. Тем самым, ориентация современного мира на визуальный способ представления информации, обусловила выбор темы исследования: «Визуальная коммуникация как феномен культуры конца XX-начала XXI веков». И именно благодаря усилившейся визуализации стал популярен особый способ коммуникации – графически-текстовый. Преимущества данной коммуникации предполагают минимальную расшифровку сообщения, лучшее усваивание информации, а также увеличение информативности при незначительном размере изображения и правильной его подаче. Интенсивное использование изображения знаменует собой качественно новый процесс развития коммуникации и отражает первостепенные потребности современного общества. Актуальность темы исследования обусловлена ориентацией современного мира на визуальный способ представления информации.

Степень научной разработанности проблемы. В науке накопился значительный теоретический материал, связанный с визуальной коммуникацией. Еще в античной Греции с развитием риторики изучением вопросов коммуникации занимались Аристотель, Платон, Сократ, Цицерон. Проблемы коммуникации как свойства человеческой природы находились в центре внимания таких французских материалистов, как К. Гельвеций, П. Гольбах; отечественных философов Д.И. Писарева и А.Н. Радищева; немецких философов К. Маркса, Л. Фейербаха, Ф. Энгельса, рассматривавших коммуникацию как результат общественных отношений.

С середины XX в. понятие «коммуникация» стало активно разрабатываться и применяться в системе социально-гуманитарного знания. Вопросы качественной оценки коммуникационных процессов и разнообразной специфики общения представлены в трудах таких философов, как К.О. Апель, Н.А. Бердяев, М. Бубер, Ю. Хабермас, К. Ясперс и др. Во второй половине XX в. сформулированы и описаны коммуникационные модели, признанные классическими для современного социально-гуманитарного знания Г. Лассуэллем, П. Лазарсфельдем, К. Шенноном, У. Уивером.

Коммуникацией как интерактивным и интерпретативным процессом, в

ходе которого коммуниканты практически одновременно посылают и получают сигналы в виде сообщения, занимались А.А. Брудный, Л.П. Буева, В.П. Морозова, Ч. Осгуд, М.Де Флер, У. Шрам.

Философско-антропологическую проблематику коммуникации изучали Р. Барт, Д. Белл, Ж. Бодрийяр, А. Камю, М. Кастельс, Ж. Лакан, К. Леви-Стросс, Ж. Ф. Лиотар, М. Маклюэн, К. Поппер, Э. Тоффлер, Э. Фромм, Ю. Хабермас, М. Хайдеггер, К. Ясперс и многие другие. В своих работах они анализируют антропологические аспекты коммуникации, природу коммуникационного действия и социальную организацию коммуникационного пространства, антропологические вопросы медиапространства и т.д.

В России социологическим и философским аспектам содержания коммуникации, ее видам, формам и типам посвятили свои работы А.А. Брудный, Д.П. Гавра, О.Л. Гнатюк, В.П. Конецкий, Н.Д. Саркитов и др.

Ряд зарубежных и отечественных исследователей анализирует проблемы коммуникационных, информационных, виртуальных, цифровых революций (Г.П. Бакулев, М. Кастельс, Л.Д. Рейман). А.И. Ракитов – один из первых отечественных философов, разработавший методологические основы анализа информационно-компьютерной революции, которые получили развитие в рамках социальной информатики.

Проблема коммуникации в информационном обществе была исследована Д. Беллом, В. Мартином, Е. Масудой, Д. Рисменом, О. Тоффлером, и др. Обширное количество работ посвящено исследованию различных видов социальной коммуникации, среди которых следует выделить методологические аспекты коммуникации, связанные с масс-медиа (А.Ю. Борисова, О.К. Валитов, Э. Гофман, Н.С. Данакин, В.И. Терин).

Широкое использование различных вариаций понятия коммуникации требует обобщающего уточнения ее содержания, и обоснования адекватной современному состоянию научной мысли, дефиниции для разработки на этой основе авторского подхода к теоретической интерпретации данного понятия.

Теоретической предпосылкой данного исследования явилось осознание

факта, что представление о коммуникации как одного из элементов системы социальных взаимодействий сформировалась лишь к 50-м гг. XX в., при этом, трактовка понятия коммуникации не включала в себя некую культурную интерпретацию.

Основной интерес к проблеме визуальной коммуникации вызван осознанием значения ее как средства сохранения и аккумуляции духовного богатства человечества – научного знания, технического умения, художественной красоты, а также возрастающей актуальностью технически обусловленных модификаций современной системы межсубъектных взаимодействий.

История визуализации действительности непосредственно связана с развитием языка, историей народа и его культуры. Интересны исследования ее как визуального нарратива, представленные в работах Х. Абботта, Р. Архейма, А. Барри, Р. Блэйка, Е. Х. Гобрича, Т. Диркса, С. Чатмана, Дж. М. Хокинса.

Изучением аспектов передачи информации в графически-текстовом формате занимались Е.Е. Анисимова, Б.А. Иванов, Р. Арнхейм, П. Граветт, Б. Кояма-Ричард, Д. Маккуэль, Ф. Шодт, У. Эко.

Одним из графико-текстовых способов передачи информации явились комиксы с собственным визуальным языком, который ускоряет понимание и значительно уменьшает затраты на декодирование. Используя визуально-текстовый способ коммуникации, опирающийся на визуализацию информации, комиксы занимают важное место среди средств массовой информации, что позволяет рассматривать их и как особый вид медиатекста, интегрирующий лексические и визуальные компоненты, и как неотъемлемую часть системы медиакommunikаций. В Японии, где комическая среда (манга на японском языке) со временем становилась одной из самых распространенных форм развлечения и общения, визуальный язык комиксов достиг высокого уровня сложности и утонченности.

Вопросы японского визуального языка как способа коммуникации интересуют В.М. Березина, С.Р. Петерсена, Р.С. Харвей, Р. Граветта, И. Кинко,

Дж. Лента, К. МакКиней, С. МакКлауда, Б. Нортон, В. Эйснера.

Комиксы были изучены (Р. Барт, Ч. С. Пирс, Ф. де Соссюр, Т. Хоукс, В.С. Библер) с использованием многих формализмов, охватывающих историю современного семиологического исследования, от структурализма и генеративной грамматики до когнитивной и прикладной семиологии. Эти подходы содержат обобщающие выводы, поэтому вклад каждого из них будет обсуждаться в данной работе в широком обзоре семиологических исследований, проведенных с использованием комиксов.

Изучение комиксов с точки зрения структурализма и семиологии появились еще в 1970-х гг. в Европе, при этом структурализм рассматривал язык как набор культурных кодов, делая комиксы той единственной формой, где можно найти культурные коды и свести их к минимальным единицам. Комиксы являются одним из нескольких видов комбинации искусства и медиа, анализируемых в семиологическом ключе. Многие авторы стремились описать минимальные единицы нарратива комиксов на разных уровнях представления.

В. Кох и В. Хюнинг создали таксономии унификации, которые строятся от детальных графических представлений о персонажах, местах и т. д. до целых комических панелей, вплоть до целых последовательностей (текстов). Р. Губерн также дифференцирует формы представлений (морфемы) с их цветом (колоремы).

Другие подходы (Р. Fresnault-Dervelle, W. Hunig) были сосредоточены на изучении последовательности комиксов путем выявления элементарных единиц повествовательных функций, последовательных тенденций в сюжетах и рассказах, а затем сравнивали их с другими жанрами повествования. Т. Гроенстин объединил свой подход в схеме, что «комиксы – это язык», но отказался от поиска минимальных единиц, в то время как семиотические подходы используются в работах М. Дина и Дж. Миллера.

Помимо подходов, рассматривающих структуру кодов, в работе использовались положения семиотики Ч. Пирса, в которой основное внимание уделяется выражению значения через различные виды ссылок. В то время как

работы европейских авторов основаны на структуралистских традициях, современные исследования комиксов базируются на когнитивных принципах. Например, С. МакКлауд предлагает принцип «замыкания», когда ум «заполняет промежутки» между панелями, чтобы понять последовательность изображений. С. МакКлауд характеризует линейные отношения между соседними парами панелей с набором из шести типов «переходов панелей», основанных на изменениях в действиях, персонажах или окружающей среде. Он также довольно открыто сравнивает среду с языком, утверждая, что «иконография» графических значений составляет словарь, а «замыкание» – грамматику. Подход С. МакКлауда проник почти во все семиологически ориентированные исследования комиксов с момента его публикации.

И М. Сарацени, и Е. Стаинбрук сосредоточили свои работы на адаптации панельных переходов С. МакКлауда к теориям словесных исследований, в то время как С. Нараян сравнил их с когнитивными теориями о структуре событий. Т. Брайдмен и В. Лим используют идеи С. МакКлауда в своих дискуссиях о мультимодальных текстах, которые объединяют изображения и слова.

Подход к «визуальной лексике» (Н. Кон) опирается на теории строительной грамматики (А. Goldberg, R. Jackendoff) с чувствительностью к конкатенации паттернов со значением формы, хранящихся в памяти при размерах от мелкомасштабных графических компонентов для полной мультимодальной последовательности. Наконец, Дж. Лараудогойта в своем анализе опирается на методы компьютерной семиологии с использованием компьютерных алгоритмов для изучения закономерностей и структур языка при рассмотрении последовательных структур комиксов.

Это исследование способствует заполнению пробела в культурологическом знании относительно канала графического выражения коммуникации, что и обусловило выбор объекта и предмета диссертационного исследования, его цель, определило спектр решаемых задач и структуру работы.

Объектом работы выступает феномен визуальной коммуникации в социокультурной реальности.

Предмет – визуальная коммуникация в массовой культуре конца XX – начала XXI в.

Цель работы – рассмотреть динамику развития визуальной коммуникации в массовой культуре.

Задачи работы:

- 1) обозначить методологическую оппозицию «глобальное-локальное» в логике соотношения визуальной культуры и визуального мышления;
- 2) осуществить ретроспективный анализ становления и развития визуальной коммуникации;
- 3) выявить семиотическую специфику визуальной коммуникации в контексте массовой культуры;
- 4) проанализировать визуальные нарративы и их роль в формировании ценностей массовой культуры.

Гипотеза исследования.

Визуальная коммуникация отражает восходящий путь развития человеческого общества в целом и как «вторая реальность» обуславливает стремительное вторжение в пространство XXI века цифровой среды. Визуальная коммуникация, ключевые пласты которой (графический и текстовый) обладают мощным потенциалом, выступает открытой формой культуры, реагирует на технологические, цивилизационные сдвиги и влияет на смену иерархии ценностей массовой культуры.

Теоретико-методологическую базу исследования составили:

- социокультурный подход, способствующий анализу динамики феномена визуальной коммуникации, возникшей в эпоху цифровой культуры;
- системный подход, в контексте которого рассматривается визуальная культура как целостная система с точки зрения ее структуры, компонентов, функций и целей;
- диалектический принцип понимания целого и части, позволивший осмыслить двойственность визуальной коммуникации как единство противоположностей;

- метод интерпретации смыслового наполнения визуальной коммуникации как предметного тела культуры;

Научная новизна исследования состоит в том, что визуальность интерпретируется как неотъемлемая часть коммуникации в массовой культуре современности, ведущая к преобразованию социокультурного контекста.

К научным результатам, обладающим элементами новизны, можно отнести следующее:

- рефлексирована специфика становления визуальной коммуникации в условиях глобализации визуальной культуры в логике соотношения полюсов дуальной оппозиции «глобальное-локальное», характеризующейся нарастающей динамикой;

- разработана авторская концепция визуальной коммуникации, определяемая ее функциональными свойствами, которые осмысляются как метафункции данного феномена, поскольку интенсивное использование изображения не только знаменует собой качественно новый процесс развития коммуникации, связанный с креативностью массового мышления, но и отвечает первостепенным потребностям современного человека (поколения Z);

- обоснован эвристический потенциал визуальной коммуникации, заключающийся в институализации визуальной нарративности историй, передаваемых с помощью визуальных эффектов;

- выявлено диалогическое основание популярной формы визуальной коммуникации – комикса, которое репрезентирует его билатеральную структуру;

- обоснован авторский подход в интерпретации значимости визуального языка как социального института в массовой культуре и его позитивной роли в формировании культурных смыслов в социокультурном пространстве.

Положения, выносимые на защиту.

1. Визуальная коммуникация – особый динамичный феномен массовой культуры, являющий собой сложную систему смыслопорождения и

смысловосприятия с использованием символов и образов, которые выступают в качестве одного из трех основных типов общения, наряду с вербальным общением (говорение) и невербальным общением (тон, язык тела и т. д.) в современном социуме. Визуальная коммуникация как специфическая форма социокультурной структуры общества задает свой особенный стиль общения, расширяя пространство индивидуальной свободы и воздействуя на ментальное поле человека. Реальность визуального порождает небывалые возможности и риски, открывая новые перспективы для анализа динамики общества. Начиная с древнейших времен и до настоящего времени, общество меняет и тем самым подстраивает под себя не только виды письма, но и внешний облик графических символов в зависимости от совершенствования орудий письма. Совершенствование визуальной коммуникации отражает восходящий путь развития человеческого общества в целом:

- быстрое распространение цифровых технологий способствуют формированию новой визуальной коммуникации и визуальной культуры;

- экспансия визуальной культуры привела к развитию механизмов соответствия когнитивных способностей личности ориентироваться в проблемном пространстве современности, таких как развитие высокой скорости производства и потребления визуальных продуктов, формирование структурной экранности восприятия и производства образов, развитие осознания доминирования визуальных медиа во всех сферах повседневной жизни, практическое освоение современного окружающего мира как через создание выверенных продуктов в сфере технологий, формирование критического мышления в процессе отбора материала.

2. Сущность визуальной культуры схватывается дуальной оппозицией «глобальное-локальное», которая интерпретируется как фокус организации культуры современности. В осмыслении любой картины мира лежат различные оппозиции, которые носят универсальный характер, являющиеся определяющими категориями человеческого сознания. Такие универсальные понятия (жизнь-смерть, счастье-несчастье, правый – левый, хорошее – дурное,

близкое – далекое, прошлое – будущее, здесь – там и др.) тесно связаны между собой и образуют оппозиционную модель мира, которая помогает воспринимать окружающую действительность. Современная культура определяется доминантами визуального (комиксы, кино, реклама, искусство, включая стрит-арт, визуальные социальные сети, визуализация мыслительных процессов и др.), как продукт свершившегося «визуального поворота», в результате которого на смену коммуникации, конституирующей себя через вербальный текст, приходит визуальная коммуникация, актуализирующаяся в творческой репрезентации изображения по схеме «вербальное-визуальное».

Суть противоположности вербального и визуального состоит в передаче динамики. Динамичным средством визуальной коммуникации, востребованным в силу своей молниеносности, является комикс, который выступает наиболее подходящим средством передачи базовой ценности современной культуры – динамичных сообщений.

3. Комиксы – графическая среда, обладающая билатеральной структурой, реализованной на языке символов и иконок; это сочетание картинки и текста. Комиксы обладают своим собственным визуальным языком, который может ускорить понимание и значительно уменьшить «затраты» на декодирование. Сущность визуального языка, именуемая в западной науке семиотическим языком (Ч.М. Моррис, Ч.С. Пирс, Ф. Де Соссюр), а в российской науке – креолизированным языком (И.В. Вашунина, Е.Ф. Тарасов) – структурирована визуальной грамматикой, которая регулирует чтение комиксов. Для передачи смысла используются только три основных способа: создание звуков, движущихся тел и создание графических изображений. Затем может быть предложено теоретическое расширение: когда любая из этих сущностей приобретает структурированную последовательность, регулируемую правилами, то есть грамматику, эта форма становится типом языка. Это приводит к тому, что структурированные последовательные звуки становятся языками мира, структурированные последовательные движения тела становятся языками жестов, а структурированные последовательные изображения

буквально становятся визуальными языками. Комикс-культура структурирует визуальную культуру. Комикс как вид визуальной коммуникации направлен на массового субъекта, он сам или отдельные его элементы проникли повсюду – в социальные сети, в учебные пособия, фильмы. Тип визуальной коммуникации, транслируемый комиксом (передача информации путём изображений или визуально-текстового единства), широко используется и за пределами комикса, поскольку отвечает актуальным социокультурным задачам.

4. Визуальный нарратив — это категория, которая обусловлена новым витком развития визуальной коммуникации, и кодирует свою самобытность представлением информации в историях визуально. Под визуальными нарративами понимаются такие виды как: повествовательное искусство, визуальное повествование, фильмы, иллюстрированные рассказы, комиксы, последовательное искусство, историческая живопись, анимация и т. д. Визуальные нарративы – новый способ ментального представления историй в культурном поле, для иллюстрирования которых используются визуальные эффекты. Термин «визуальный нарратив» является всеобъемлющей идиомой, выступая поджанром самих визуальных исследований. Понятие «нарратив» расширяет значение повествования в терминах кодово-символической культуры (комиксы/манга), которые объясняют его способность представления мира как в визуальной, так и в текстовой формах, при этом изобразительное повествование предстает как альтернатива или разновидность повествовательной формы. Кодово-символическая визуальная культура – форма письма, где идеи передаются посредством последовательных рисунков, становясь повседневностью, как межкультурный продукт народной культуры.

Теоретическая значимость исследования состоит в научном осмыслении визуальной коммуникации и расширении культурологического знания о закономерностях ее функционирования, воздействия на социокультурные процессы. Изучение различных форм визуальной коммуникации позволяет рассматривать ее на новом качественном уровне, позволяющем наметить иерархическую структуру и перспективы последующих

исследований, результаты которых могут углубить теоретические представления в области проблематики визуальной культуры. Основные выводы диссертации расширяют научное знание о современном пространстве гуманитарной культуры.

Практическая значимость работы заключается в том, что положения и выводы, содержащиеся в диссертации, могут быть использованы при чтении лекционных курсов и проведении семинарских занятий по культурологии, связям с общественностью, философии культуры, маркетингу, а также в одноименных спецкурсах в высших учебных заведениях, связанных с подготовкой специалистов в сфере визуальной коммуникации.

Апробация диссертационной работы. Основные положения и выводы диссертации обсуждались на аспирантских семинарах по дисциплине «Культурология» института гуманитарных технологий, заседаниях кафедры культурологии и социокультурных коммуникаций РосНОУ (г. Москва). Результаты исследования отражены в докладах и сообщениях на научных конференциях: на XI ежегодной международной научной конференции «Образование, исследование и инновации» (Испания, ноябрь 2018), ежегодной конференции «Цивилизация Знаний» (Москва, апрель 2016, 2017, 2018). Основные идеи и научные результаты отражены в 8 научных статьях (общим объемом 4,8 п.л.), 5 из которых опубликованы в рецензируемых журналах, включенных в Перечень ВАК РФ, 1 в международном журнале, включенном в международные базы данных Scopus и Web of Science, 1 в журнале, включенном в базы данных РИНЦ и 1 в других изданиях.

Соответствие паспорту специальности.

Область диссертационного исследования соответствует номенклатуре специальности 24.00.01 – Теория и история культуры - по пунктам: 1.8. Генезис культуры и эволюция культурных форм; 1.14. Возникновение и развитие современных феноменов культуры; 1.18. Культура и общество; 1.24. Культура и коммуникация; 2.21. Экзистенциальная философия культуры; 2.5. История культуры и история культурологии.

Структура диссертации. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав, каждая из которых состоит из двух параграфов, заключения, списка использованной литературы (301 наименование) и 6 приложений. Общий объем работы составляет 160 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** излагается актуальность проблемы диссертационного исследования, обосновывается ее выбор, анализируется степень научной разработанности проблемы, поясняются цели и задачи, формулируются объект и предмет исследования, формулируется гипотеза, излагаются методологические основы, аргументируется научная новизна, формулируются положения, выносимые на защиту, указывается теоретическая и практическая значимость полученных результатов, приводятся данные по апробации результатов, описывается структура работы.

В первой главе **«Теоретические основы изучения визуальной коммуникации»** содержится два параграфа. В первом параграфе *«Дуальная оппозиция «глобальное-локальное» в логике соотношения визуальной культуры и визуального мышления»* диссертант рассматривает двойственность визуальной коммуникации в качестве элемента противопоставления и объединения в пары противоположностей. Визуальная культура является одним из важнейших понятий, дополняющих современную физическую и виртуальную повседневность, вступающую в противоречие с традиционными артефактами культуры. Визуальность развивается как устойчивое и целостное образование культурной жизни, не только как формируемое ею, но и оказывающее на нее повседневное влияние. Вектор развития визуальности отражает существенные сдвиги в механизме современной культуры. Визуальность расчленяет культуру на два полюса дуальной оппозиции «глобальное – локальное». Это наиболее простое членение, которое лежит в основе всей бесконечной сложности культуры, ее усложнения. «Дуальная оппозиция – содержание мышления... субкультуры субъекта, но одновременно она – отношение разных субъектов», –

утверждает А.С. Ахиезер³. Визуальные образы создают целостные и пластичные картины реальности, преодолевают языковые, социальные и культурные барьеры, расширяя коммуникативные возможности, активизируя воображение и стимулируя развитие творческих способностей. Изменения полюсов «вербальное – визуальное» являются важнейшим элементом новой организации всего корпуса культурных текстов как ответа на глобальные изменения в современном мире и ведут к формированию новых оппозиций. Визуальный символ заменил вербальный по ряду причин, которые требуют всестороннего исследования. Глобализация усилила межкультурную коммуникацию, потребовался релевантный способ передачи информации – удобный, быстрый и понятный всем. С этой задачей лучше всего справилась визуальная коммуникация. Внедрение визуальной коммуникации в бытие человека показывает, что галактика Гуттенберга, породив новые формы восприятия и мышления, трансформировалась в «информационный взрыв» электронного века. Визуальная культура признает все принятые в процессе социализации способы мышления, действия, чувства в контексте визуального измерения реальности.

В современном поле культуры визуализация породила множественность позиций и воззрений, разрушила барьеры между центром и периферией, вторгаясь во все сферы деятельности человека. Современная визуальная культура позволила сформировать новую коммуникационную культуру, в которой осуществляется синтез текста и графического сообщения. В ее рамках формируются инфологемы, способные систематизироваться, становиться элементами тезауруса личности, самоумножаться, что позволяет создать специфическую картину мира.

Во втором параграфе *«Ретроспективный взгляд на становление и развитие визуальной коммуникации от нерасчлененного понятия к дуальным оппозициям»* автор раскрывает сущность феномена визуальной коммуникации в

³Ахиезер, А.С. Труды. т. 2 / А.С. Ахиезер. – М.: Новый хронограф, 2008. 504 с.

рамках культурологического знания. Визуальная коммуникация интерпретируется через представление как примитивных визуальных форм (наскальные рисунки), так и самых сложных графических. Соискатель показывает, что совершенствование визуальной коммуникации отразило восходящий путь развития человеческого общества в целом. Динамику культуры детерминируют информационные процессы и технологии. Их совокупность образует инфосферу, которая организует информационный поток в соответствии с потребностями информации культурного пространства. В основе трансформации инфосферы лежит процесс конвергенции производства знаний и информационной индустрии в сфере визуальных коммуникаций, а именно способность к более быстрому установлению коммуникаций, для преодоления сравнительно больших расстояний. Информотехнологии сегодня стимулируют динамику культурной диффузии, культурных заимствований, так как современная инфосфера приобрела глобальный характер, который предполагает процессы взаимопроникновения, взаимосвязи и взаимозависимости всех ныне существующих отношений. Глобальное распространение письма привело к осознанию информационной связанности национальных культур, этнических групп и лингво-культурных общностей, что ведет к становлению нового типа культуры и возникновению визуальной коммуникации.

Во второй главе **«Репрезентация визуальной коммуникации в массовой культуре конца XX – начала XXI века»** автор рассматривает визуальную коммуникацию в контексте массовой культуры; подробно раскрывается наиболее востребованная форма визуальной коммуникации – комикс и его билатеральная структура, которая сочетает, с одной стороны, образ (картинку), а с другой – культурный смысл (текст), представляющие собой синергию двух видов коммуникации, где доминирующую роль занимает рисунок, а текст дополняет его. Комиксы являются одним из наиболее ярких средств графически-текстового способа передачи информации. Основной идеей данной главы является выявление семиотической специфики визуальной

коммуникации, а также анализ сущности визуального нарратива в контексте культурологического знания. Нарратив, является одной из определяющих характеристик среды комиксов. Комиксы – это преимущественно повествовательная среда. Визуальный нарратив – это новый язык, рассказывающий историю картинками в области визуальных исследований.

В первом параграфе *«Семиотическая специфика визуальной коммуникации в контексте массовой культуры»* основной идеей является то, что благодаря человеческому воображению при помощи картинок и текста можно передавать большое количество информации и делать это максимально быстро. Представления массового субъекта о ведущих социокультурных событиях формируются прежде всего в системе образов-знаков и их коннотативных значениях, непрерывно воспроизводящихся в семиотическом поле комиксов. Комиксы – наиболее популярная форма визуальной коммуникации, где идеи передаются посредством последовательных рисунков, становясь маркером современных социокультурных процессов, связанных с самовыражением, культурным разнообразием. Определение онтологического статуса комикса открыло доступ к его изучению в семиотическом аспекте и, тем самым, способствовало повышению культурологической значимости комикса.

Автор делает вывод, что различные семиотические интерпретации комикса сходятся в одном определенном аспекте: комикс — это последовательность образов, между которыми создается некое единство смысла. Используя семиотический подход, комикс можно рассматривать как один сложный знак, который означает, что в его интерпретации требуется глобальная согласованность его структурных компонентов как целого. Комиксы обладают диалектической сущностью, которая усматривается в репрезентации визуальных образов и одновременно создании повседневных смыслов, побуждающих коммуникативное действие. Эти образы не просто фиксируют внешнее проявление массовой культуры, они привлекают внимание, запускают эмоциональные реакции, вызывают активное действие. Визуализация становится стимулирующим триггером ментальных ресурсов массового

субъекта, побуждающим к выполнению тех или иных действий, по аналогии с увиденным.

Современная повседневность пронизана философией комиксов, генерирующей развитие культуры как процесса совершенствования способностей человека. Символическое действие комиксов как феномена массовой культуры связывается с созданием оптимизированной искусственной картины мира (в рекламе, в кино, в Интернете, в журналах и т.п.), которая отсылает реципиента к наблюдаемой схематично реальности, но при этом является всегда улучшенной ее версией. Комиксы побуждают взглянуть на обыденное по-особому, выбрав «нужный» ракурс их восприятия.

Во втором параграфе *«Визуальные нарративы и их роль в формировании ценностей массовой культуры»* раскрывается сущность феномена «визуальный нарратив» в рамках культурологического знания как нового языка, рассказывающего историю с использованием визуальных эффектов - картинок.

Автор утверждает, что нарратив не подвергался исследованию в теории коммуникации, практически не рассматривался в контексте субъектности, а ведь этот аспект изучения позволяет выявить сущностные характеристики типов субъективности в нарративе как механизме визуальной коммуникации. Автор обсуждает понятие нарратива с целью расширить значение повествования в терминах, которые объясняют его способ представления мира как в визуальной, так и в текстовой формах. Этот подход доказывает, что изобразительные выражения качественно не столько отличаются от текстовых, сколько делают возможным рассматривать изобразительное повествование как альтернативу или разновидность повествовательной (печатной) формы. До тех пор, пока люди обладают силой речи, они рассказывают повествования⁴.

Визуальные нарративы базируются на анализе повествования как способа исследования мира, они фокусируются на различии между тем, что говорит история, или ее содержанием, и тем, как она говорит, или ее формой. Нарратив

⁴O'Shaughnessy, M. *Media and Society: An Introduction.* / M. O'Shaughnessy, J. Stadler. – Oxford: Oxford University Press, 2001. 328 p.

проявляет свой двойственный характер, иллюстрируя свою сущность оппозиционной парой «форма – содержание». Данный методологический подход применяется для описания визуального синтаксиса изображения в его композиционной структуре пространственных отношений. Расширение этих теоретических понятий повествования до таких изобразительных выражений, как телевизионные программы, фильмы, фотографические эссе, веб-сайты и комиксы, иллюстрирует способы изучения повествовательной передачи физической реальности. Утверждаются внутренние (закрытые) – для узкого круга индивидуумов, оппозиционным к ведущим тенденциям общества, и внешние (открытые) границы категории «визуальный нарратив», которые охватывают массового субъекта. Визуальный нарратив в современном массовом сознании становится обыденностью, отражающей динамику общества потребления.

В **Заключении** подведены итоги, сформулированы основные выводы, определены направления дальнейшего исследования темы.

В качестве основных выводов приводятся следующие:

✓ с наступлением электронной эры, символом которой является графико-текстуальная форма, человеческое сознание присоединяется к замкнутой глобальной системе видео-коммуникаций. Это способствует развитию когнитивных структур, ведущих к новой цифровой цивилизации;

✓ материальный прогресс человечества определяют не орудия труда или освоение природы, не экономика, политика или культура, а технология массовой коммуникации (mass media), то есть коммуникационные каналы, которыми располагают люди;

✓ цифровая эпоха есть синтез «человека, слушающего» и «человека смотрящего». Электронные технологии общения способствуют слиянию эфемерного (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира, создают предпосылки для целостного развития личности;

✓ визуальная коммуникация благодаря Интернету дает возможность

индивидуумам свободно обмениваться, передавать или принимать информацию, а также мгновенный доступ как к уже освоенным знаниям, так и к любой новой информации.

✓ Визуальный нарратив на основе комиксов формирует ценности массовой культуры, поскольку в современной культуре, оппозиционно представленной через печатные и электронные средства массовой информации, чувство реальности все больше структурируется нарративом (повествованием). Визуальные нарративы так или иначе, затрагивают общество в ключевых направлениях.

**Основные положения диссертационного исследования изложены в
следующих публикациях автора:**

*в изданиях, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий,
утвержденных Минобрнауки России:*

1. Бхат, С.Б. Визуальная коммуникация в социокультурном контексте реальности / С.Б. Бхат // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2016. – Т. 5. – № 3. – С. 19-23. DOI: 10.12737/19822
2. Bkhat, S. Clip Thinking – Sociocultural phenomenon of digital culture: problems and prospects of development in the system of education / S. Bkhat // ICERI2018 Proceedings. – 2018. – P. 7381-7384. DOI: 10.21125/iceri.2018.0314.
3. Бхат, С.Б. Клиповое мышление – феномен цифровой культуры / С.Б. Бхат // Вопросы культурологии. – 2018. – № 1. – С. 41-46.
4. Бхат, С.Б. Манга или японский визуальный язык как способ коммуникации / С.Б. Бхат, М.Э. Рябова // Вестник Томского гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. – 2019. – № 36. – С. 13-21.
5. Бхат, С.Б. Визуальные нарративы в коммуникативном пространстве массовой культуры / С.Б. Бхат // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. – 2020. – № 1. – С. 45-56.

в других научных изданиях:

6. Бхат, С.Б. Развитие визуальных средств массовой коммуникации от традиционных «старых» до цифровых «новых» / С.Б. Бхат // Культура и искусство. – 2017. – № 6. – С. 32-44. DOI: 10.7256/2454-0625.2017.6.21784
7. Бхат, С.Б. Интернет как среда массовой коммуникации / С.Б. Бхат // Scientific Discussion. – 2018. – № 22. – С. 23-27.
8. Бхат С. Б. Философия семиотики визуальной коммуникации в контексте массовой культуры // Гуманитарные и политико-правовые исследования, 2019. – № 3 (6). – С. 14-30.