

Н.А. ЦАРЁВА

*Тихоокеанское высшее
военно-морское училище
г. Владивосток, Россия
ORCID: 0000-0002-6179-3978
nadezda58@rambler.ru*

NADEZHDA A. TSAREVA

*Pacific Higher Naval School
Vladivostok, Russia
ORCID: 0000-0002-6179-3978
nadezda58@rambler.ru*

Диалектика визуальной и книжной культуры в эпоху постмодерна

Предметом исследования в данной работе является проблема сосуществования книжной и визуальной культуры. Современное общество, став информационным, превратилось в общество визуальной культуры. Рассматривается феномен визуальной культуры постиндустриального общества как специфический тип информации и как процесс. Процессы виртуализации жизни становятся отличительной чертой современных информационных технологий. Информация в современную эпоху оказывает влияние на пользователя технологий в гораздо большей степени, чем это было ранее. Но автор не соглашается с негативной оценкой визуализации как воспроизводством заданной модели сообщения, обедняющим мышление человека. Причины интеллектуального обеднения и снижения общего культурного уровня потребителя вызваны не произведениями визуальной культуры. Эти процессы обусловлены спецификой современной массовой культуры, формирующей «усреднённую» личность. Описываются и сравниваются модели социокультурного механизма информационного воздействия произведений визуальной и книжной культуры. Осуществляется попытка ответить на вопрос, имеет ли визуальная культура системный доминирующий статус или её следует рассматривать как одно из направлений культуры информационного общества. Делается вывод о перспективе сосуществования и взаимопроникновения визуальной и книжной культуры.

The Dialectics of the Visual and the Book Culture in the Postmodern Era

The object of research in the present work is the issue of the coexistence of the book and the visual cultures. Contemporary culture, having become informational, has transformed into a society of visual culture. The phenomenon of visual culture of post-industrial society is examined as a specific type of information and as a process. The processes of virtualization of life are becoming the distinctive feature of contemporary informational technologies. Information in the present era is exerting its influence on the user of technologies to a much greater degree as it was the case earlier. But the author does not agree with the negative evaluation of visualization as a replication of the set model of communication which impoverishes human thought. The reasons for this intellectual impoverishment and the lowering of the overall cultural level of the consumer have not been incited by art works of visual culture. These processes are conditioned by the specificity of contemporary mass culture which forms the “midrange” personality. Descriptions and comparisons are given of the model of the sociocultural mechanism of informational impact of art works pertaining to visual and book culture. The attempt is made to answer the question of whether visual culture possesses a systematic predominating status, or whether it must be examined as one of the directions of culture of the informational society. The conclusion is reached about the prospects of coexistence and interpenetration of the visual and the book culture with each other.

Ключевые слова:

визуальная культура, книжная культура, информация, виртуальная реальность, визуальные технологии.

Keywords:

visual culture, book culture, information, virtual reality, visual technologies.

Для цитирования/For citation:

Царёва Н.А. Диалектика визуальной и книжной культуры в эпоху постмодерна // ИКОНИ / ICONI. 2019. № 2. С. 8–19. DOI: 10.33779/2658-4824.2019.2.008-019.

В научной литературе постмодерн рассматривается как современная историческая эпоха, наступившая в последней трети XX века. Термины «постиндустриальное общество», «информационное общество», «постмодерн», обозначающие особенности периода, введены в научную дискуссию социологами и философами в 60–80 годах XX столетия [2, с. 124–132]. Наступление качественно нового этапа общественного развития стало возможным в связи с научными достижениями четвёртого и пятого технологических укладов. Широкое распространение получили компьютерные технологии, наукоёмкие (или «высокие») технологии, нанотехнологии, технологии виртуальной реальности [там же].

Постиндустриальное, или информационное общество — так стал называться качественно новый этап общественного развития. Внедрение информационных технологий в различные сферы общественной жизни в конце XX века определило не только название современной эпохи. В эпоху постмодерна как в особом переходном этапе культуры осуществляется поворот к её новым формам и видам, разрабатываются новые типы символических культурных связей. Культура современного постиндустриального общества — это культура техники, технологий и информации. Особенности культуры информационного общества обусловили существенное изменение формы бытия человека.

Информационные технологии оказывают большое влияние на все стороны жизни общества и человека. В широком смысле информационная культура активизирует их деятельность, усиливает динамику процессов. В узком смысле она позволяет удовлетворять потребности людей в информационном общении, эффективно создавать и использовать информацию. Информационная культура позволяет оптимизировать все виды информационного общения, конечной целью которых является усвоение ценностей культуры. В то же время отличительной чертой современных информационных технологий является их способность не только производить предназначенный для употребления продукт, но и оказывать косвенное влияние на человека, потребляющего этот продукт.

Актуальность исследования проблемы обусловлена нарастанием технологических процессов, усилением кризиса рациональности, поставившей человечество перед сложными проблемами. Техногенная рациональность вытесняет духовность, разрушает традиционные культурные смыслы; пересматриваются многие идеи, определяющие развитие европейской и отечественной культуры. Не последнее место в этом ряду занимает проблема вытеснения книжной культуры информационной культурой в самом широком смысле и, в частности, визуальной.

Несмотря на возросший научный интерес к проблеме визуальной культуры, вопрос существования культуры письма в информационной среде остаётся одним из наиболее актуальных. Многочисленные дискуссии о конце «галактики Гуттенберга» (М. Маклюэн), в которых принимают участие социологи, психологи, философы, рассматривают различные аспекты проблемы взаимодействия визуальной и книжной культуры¹. В целом в отечественном научном сообществе преобладает взгляд на существующую тенденцию взаимопроникновения двух информационных направлений культуры. Так, культурологическое исследование популярности печатных средств массовой информации позволило Л.Б. Зубановой сделать вывод, что несмотря на значительную компьютеризацию и информатизацию современного социума, книга «воспринимается в качестве необходимого атрибута образованного человека» [10, с. 57]. Аналогичный вывод делается другими авторами. А.Л. Стризов, В.А. Храпова полагают, что «вербальные и визуальные знаки не конкурируют в современном социокультурном пространстве, а дополняя друг друга, обогащают его новыми смыслами» [16, с. 84]. Вместе с тем широкое, глубокое и разнообразное распространение визуальной культуры — так называемый «визуальный поворот» — вызывает необходимость рассматривать различные её аспекты, в частности, сопоставление с книжной культурой. С этой точки зрения в статье анализируется специфика воздействия на потребителя произведений книжной и визуальной культуры для осмысления перспективы их сосуществования. Целью данной статьи является уяснение особенностей информации и процесса воздействия на человека произведений визуальной и книжной культуры.

Господство телевидения и массовая повсеместная компьютеризация в информационном обществе позволяют называть его *обществом визуальной культуры*.

Термин «визуализация» обозначает и специфический тип информации, и некий особый процесс передачи специфической информации. Другими словами, продукт визуальной культуры представляет собой как специфическое информационное сообщение, так и особого рода способ воздействия на его восприятие человеком. Содержательная полнота феномена визуальной культуры делает его объектом научного анализа. Прежде всего в научной литературе рассматривается содержание основных категорий феномена. Так, А.Ю. Зенкова обращает внимание на необходимость разведения трёх исследовательских направлений, сложившихся в западной, а затем и в российской науке: это исследования культуры (*cultural studies*), визуальная культура (*visual culture*) и визуальные исследования (*visual studies*) [8, с. 54]. А.Ю. Зенкова отмечает, что термин «визуальная культура» ввели в научный оборот Р. Барт и В. Беньямин в связи с поиском новых методов исследования социологии культуры. Визуальная культура рассматривается как направление в исследовании визуальности. Так, А.Ю. Зенкова отмечает, что «внешней побудительной причиной для формирования визуальности в качестве особого предмета исследований в рамках гуманитарных наук послужило развитие новых видов медиа, осмысление которых неизбежно носило междисциплинарный характер...» [там же, с. 52]. Эта ситуация быстрого перехода к новому объекту исследования получила в литературе — сначала западной, а затем и отечественной — название «визуального» поворота: «в конце семидесятых в гуманитарных науках произошёл „визуальный поворот“, который ознаменовался появлением многочисленных работ, посвящённых визуальной культуре» [там же].

В социогуманитарной науке визуальная культура понимается и как явление. И.Ю. Чмырёва выделяет следующие базовые аспекты явления визуальной культуры:

— визуальная культура является информационной средой, пронизанной коммуникационными потоками;

— визуальная культура не является герметически закрытой самодостаточной сферой, она постоянно вбирает в себя дополнительную информацию;

— визуальная культура связывает воедино несколько реальностей (видимую, виртуальную и интуитивную, которая ещё не нашла определённого образного выражения);

— визуальная культура наследуется, но не генетически, а с помощью воспитания и пребывания в среде, насыщенной её знаками;

— визуальная культура — это лабильный процесс, изменчивый во времени и требующий активного вмешательства в коммуникационный процесс [18, с. 5–6].

Е.В. Сальникова определяет визуальные объекты следующим образом: «Визуальными именуются те явления зримого мира, которые невозможно воспринимать более никакими иными органами чувств, кроме зрения. В отличие от прочих явлений зримого мира, ... с визуальным невозможен тактильный контакт, прямое взаимодействие» [14, с. 21].

Новые средства коммуникации, по мнению В.В. Савчука, формируют новые образы. Важнейшей характеристикой информации становится та её часть, которая связана с образом: «Образы подменяют реальность, что, в свою очередь, ведёт к утрате подлинности, рождая феномен симуляции реальности» [13, с. 17]. В эпоху постмодерна визуальная культура создаёт особенный образ. Этот образ способен не только передавать информацию, но и в процессе передачи менять реальность, создавая виртуальную реальность, подобие действительности, симулякры.

В разнообразных интерпретациях постмодернизма отмечается его генетическая связь с модернизмом (само название феномена указывает на эту связь). Культура эпохи постмодерна понима-

ется как звено в цепи последовательного и неразрывного развития культуры, переходный тип культуры и как определённое умонастроение переходного периода к новой культурной парадигме, новая форма культурного сознания². На этом основании визуальная культура информационного общества имеет неразрывную связь с книжной культурой модерна. «Культурность — наследственный дар» (Л. Шестов). Но в то же время, сохраняя традиции, культура как форма бытия подвергается определённым трансформациям. Эти трансформации особенно сильны в эпоху компьютерных технологий.

Произведения культуры любой эпохи несут информацию. С этой точки зрения информационная культура является одним из видов общечеловеческой культуры или информационной компонентой человеческой культуры в целом. Информационная культура в широком смысле сыграла большую роль в развитии человеческой цивилизации, так как её активный характер способствовал преобразующей деятельности человека. При такой трактовке информационная составляющая как бы «пронизывает» весь корпус культуры, обеспечивает логическую целостность культуры.

Информативный характер произведений любой культуры позволяет сопоставить феномены визуальной и книжной культуры в аспекте выявления общего и особенного в воздействии произведения визуальной и книжной культуры на потребителя.

Термин «информационная культура» и появление самого феномена обусловлены вхождением во все сферы жизни общества информационных технологий, основу которых составляет массовая компьютеризация. Информационная культура в узком смысле есть уровень организации информационных процессов, степень удовлетворения потребности людей в информационном общении, уровень эффективности создания, сбора,

хранения, переработки и передачи информации. Иными словами, это деятельность, направленная на оптимизацию всех видов информационного общения, создание наиболее благоприятных условий для того, чтобы ценности культуры были усвоены человеком, органично вошли в его образ жизни.

Информационные технологии принципиально меняют онтологическую сущность феномена информации. В современном контексте понятие «информационная культура» позволяет обозначить и сообщение, и среду, и запись программы изменения и развития объекта [14]. Основными сущностными характеристиками информационной культуры теперь становятся: мозаичность; интертекстуальность информационных сообщений; симулякр электронных образов. Изменилась и интенсивность воздействия информации.

Уход от традиций реализма в произведениях визуальной культуры становится очередным средством формирования специфической виртуальной реальности, которая также способна существенно деформировать картину мира, созданную человеком. Замена вещественного мира воображаемым, смоделированным, изменяет осознание реальности человеком. Спецэффекты, умноженные на соответствующее содержание, порождают эффект присутствия в реальном мире.

Философия постмодернизма (Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, Ф. Гваттари и др.), осуществив рефлексию современной эпохи конца XX века, предсказала грядущее господство информации в культуре XXI века, роль информационных технологий в создании виртуальной реальности во всех сферах бытия.

На современном этапе развития компьютерных технологий активно используется термин «виртуальная реальность» («мнимая реальность»). Термин возник в последние 15–20 лет XX столетия в математических разработках университетов и промышленных компаниях США, Япо-

нии и Европы. В культуре постмодерна термин «виртуальность» стал широко использоваться и соотноситься с термином «симулякр» (подобие действительности). По мнению Ж. Бодрийяра, совершенство технического воспроизводства объекта, его знаковая репрезентация конструируют иной объект — симулякр, в котором реальности больше, чем в собственно «реальном». Симулякры как компоненты виртуальной реальности предстают очевидно реальными: гиперреальность поглощает, упраздняет реальность. В гиперпространстве виртуальности происходит цитирование цитат, размножаются тексты о текстах и нет уже ссылок на первоисточник. Не являясь реальностью, текст создаёт иную — виртуальную реальность, в которой язык становится инструментом власти для идеологического кодирования человека. Виртуальность текста исключает человека из реальности. Люди создают слова, но слова управляют людьми. Современный индивид может получить любую информацию, но не углубляется в её содержание, а воспринимает как цитату, как условность, за которой нельзя отыскать никаких истоков, начал, происхождения. Реальность заменяется «царством симулякров». В «Системе вещей» Бодрийяр пишет о виртуальном идеале, к которому стремится человек в современном обществе потребления.

Массмедиа, по мнению Бодрийяра, в настоящий момент находятся во власти господствующих классов, обращающих их себе на пользу, — и это является отрицательным моментом. Любое сообщение, по мнению Бодрийяра, структурировано кодом и определено контекстом. Процесс коммуникации представляет собой однонаправленное движение каких-либо данных от передающей инстанции к принимающей, то есть один говорит, а другой нет, «один имеет право на выбор кода, другой же — свободен единственно подчиниться ему или уклониться» [4, с. 15]. Подобная структура коммуникации на самом деле является моделью

симуляции коммуникации, из которой изначально исключено взаимодействие партнёров. Содержание и смысл предлагаемой информации определены кодом и в силу этого всегда однозначны.

Негативные стороны общей виртуализации жизни — это господство пустых образов, создание искусственного мира. Духовность человека подвергается серьёзной опасности, нарастает процесс изоляции людей и усиление их зависимости от средств глобальной коммуникации. Процессы наступления гиперреальности, предсказанные Бодрийяром, становятся отличительной чертой современных информационных технологий. Они способны производить не только некий предназначенный для употребления продукт, но и оказывать косвенное влияние на пользующегося ими человека. Информация начинает нести в себе в гораздо большей степени, чем это было ранее, как созидательную, так и разрушительную силу [2, с. 186].

В эпоху постмодерна изменился характер процесса воздействия информации на человека. Информационная культура является видом общечеловеческой культуры, но процесс сообщения информации имеет свои особенности. Коммуникабельность и открытость каждой культуры позволяет ей включать в себя опыт своей культуры, открытия других культур. Она открыта, способна адаптировать элементы других культур, коммуникабельна. Обращение к текстам своей и иной культуры осуществляется посредством социокультурной коммуникации. В самом общем виде коммуникация понимается как передача того или иного содержания от одного сознания (массового или индивидуального) к другому. Таким образом, коммуникация — это процесс обмена информацией, пересылка сведений от точки передачи отправления (отправитель информации) к точке приёма (получатель информации) без изменения последовательности или структуры содержания.

В.Г. Зинченко и В.Г. Зусман предлагают представить культурную коммуникацию на первом её этапе (модель культурной коммуникации) через следующую коммуникативную модель: создатель — артефакт — потребитель [9, с. 138]. В современном мире информационное воздействие осуществляется в культуре информационного общества. Следовательно, имеет место всё та же социокультурная коммуникация, в которой участвуют производитель и потребитель, но продукт специфичен: это информационный продукт, созданный с помощью специальных информационных и социальных технологий и, что самое главное, с определённой целью. Производитель и потребитель информационного продукта соответствуют отправителю и получателю информации. Таким образом, социокультурный механизм информационного воздействия задаётся следующей коммуникативной моделью: производитель (отправитель информации) — информационный продукт — потребитель (получатель информации).

Коммуникативные модели информационного воздействия аналогичны друг другу. И, тем не менее, новый характер информации и иные средства коммуникации обусловили также и своеобразие социокультурного механизма информационного воздействия. Процесс воздействия на читателя произведений книжной культуры имел упорядоченный характер. Произведение вербальной культуры создаёт в мышлении человека определённый алгоритм времени, событийности. Процесс чтения художественного произведения предполагает линейный характер потока информации. Обязательная фабула произведения, состоящая из завязки, кульминации и развязки, создаёт у читателя модель развёртывания событий в действительности. Отсутствием такого алгоритма у человека обусловлены сложности в его представлениях перспективы событий и планов на будущее.

Информационная культура (и в частности, визуальная) предполагает иной процесс восприятия. Мозаичность, интертекстуальность информационных сообщений произведений современной культуры создаёт иную модель мышления человека. Существует мнение, что фрагментарность, краткость информационных блоков, как правило, состоящих из коротких предложений, не развивает, а упрощает мышление. Отсутствие длинных периодов обуславливает художественную бедность текста, который не способен воздействовать в полной мере на эмоциональную сферу. Кроме того, особенностью процесса восприятия произведений визуальной культуры является «чтение по диагонали». Схватывание отдельных фрагментов текста разрушает целостное восприятие и искажает смысл текста: «...смысл прочитанного замещается тем близким опыту и мышлению читателя содержанием, которое спонтанно возникает в его сознании при поверхностном восприятии текста» [5, с. 25]. Не связанная между собой информация о мире способствует упрощению восприятия и понимания текста. Формируется фрагментарное «клиповое» сознание, разрушающее единую картину мира. Утрата цельного образа мира ведёт к потере ценностных ориентиров, что вызывает комплекс проблем как социокультурных, так и личностных.

Сложно согласиться с тем, что только визуальная составляющая восприятия текста обедняет мышление и искажает смысл текста. Причины лежат глубже. Интеллектуальное обеднение и снижение общего культурного уровня потребителя вызвано не произведениями визуальной культуры, эти явления обусловлены спецификой современной массовой культуры, формирующей усреднённую личность, которая нацелена не на содержательную, а на развлекательную составляющую произведения.

Образ, создаваемый визуальной и книжной культурой, имеет свои особен-

ности. Информационное воздействие книжной и визуальной культуры осуществляется на эмоциональном уровне, и потому произведения обоих видов культуры имеют своих потребителей. Тем не менее существует значимое различие аудиовизуального образа и логико-словесного. Художественный образ — «несуществующее, которое существует», в определении Гегеля, — возникает в воображении. Образная форма развивает, активизирует образное мышление. Способность переживания мира посредством образов, созданных непосредственно потребителем, принципиально отличается от всех других форм постижения реальности. Рациональное восприятие сюжета происходит параллельно с иррациональным пониманием текста. Художественный текст осмысливается не только рационально, но и на внерациональном уровне.

Выступая в качестве источника знаний и нравственно-эстетических норм, в качестве транслятора культуры и традиций общества, литература во все времена считалась одним из базовых компонентов в воспитании и формировании полноценной личности. Русский философ И.А. Ильин писал о значении литературы в жизни человека: «По чтению можно узнать и определить человека. Ибо каждый из нас есть то, что он читает; и каждый человек есть то, как он читает; и все мы становимся незаметно тем, что мы вычитываем из прочтённого — как бы букетом собранных нами в чтении цветов» [11, с. 72].

Произведение книжной культуры предлагает особый способ освоения реальности: читатель не просто получает информацию, он размышляет о ней. Восприятие произведения отличает возможность сосредоточиться. Материальная оболочка информации обеспечивает продолжительный контакт с произведением, возвращение к прочитанному. По мнению Р. Барта, книжная культура способна изменять характер взаимодей-

ствия субъекта и объекта. Текст, вступая в диалог с читателем, приобретает субъектные характеристики, он заставляет человека бросить мгновенный, интроспективный взгляд на себя, по-иному взглянуть на мир. Такой текст способен вызвать у читателя кризис в его отношениях с языком, поскольку пересматривается дискурс, формирующий сознание человека. В процессе чтения преобразуются как текст, так и человек. «Удовольствие от текста не имеет идеологических предпочтений» [3, с. 488], напротив, оно делает человека объективным. Барт образно называет текст «островком» в море повседневности, где человек может стать нейтральным ко всему, ощутить себя свободным от дискурса, привычных ассоциаций, от власти языка. Это и называет Барт наслаждением от текста.

В информационной культуре осуществляется переход средств коммуникации от вербального способа к визуальному. Произведения визуальной культуры (перформанс, видеоклип и др.) обусловили возникновение совершенно новой парадигмы в использовании аудиовизуальных коммуникаций.

Существует негативная оценка визуализации, её связывают с примитивизацией мышления на том основании, что при монтажном построении видеоклипа не создаётся нового образа и смысла, не творится нечто новое, а воспроизводится заданная модель сообщения. Следовательно, информационный ряд, особенно сопровождаемый визуальным, не формирует творческое образное мышление. Потребитель получает уже готовый образ. Полное согласие с такой оценкой визуальной культуры имеет упрощённый характер. Глобальный характер современных информационно-коммуникативных технологий формирует не только культуру нового типа, но и обновлённое мышление. Основное качество видеоклипа состоит в том, что он пробуждает и активизирует фантазию воспринимающего. Путём соединения различных кадров,

наложения их друг на друга, введения предметных объектов и т. п. видеоклип создаёт некий новый мир [1, с. 190].

Электронные технологии создания образов позволили М. Маклюэну провозгласить, что на смену линейному способу мышления, установившемуся после изобретения печатного станка, приходит более глобальное восприятие через образы телевидения и другие электронные медиумы [10, с. 162]. Среди массмедийных технологий, получивших бурное развитие в последние десятилетия XX столетия, наиболее влиятельным средством информации оказалось телевидение. Телевидение, как и любое средство передачи информации, работает с текстами, но последние передаются уже не столько словесно, сколько с помощью образов. Телевидение действует как симулякр электронных образов [1, с. 191], то есть таких образов, которые репрезентируют что-то, не существующее на самом деле. Достаточно часто на экранах телевизоров демонстрируется картинка, созданная разными манипуляциями с помощью специального программного обеспечения. Электронная технология позволяет с необычайной лёгкостью трансформировать различные кинокадры. Многократная запись, обратное движение видео, спецэффекты, придающие изображению «рваный характер», — всё это даёт режиссёру огромные возможности для игры с пространством, для разнообразной смены планов и дистанций.

Мозаичность телевизионных технологий позволяет создать некий новый мир. Сама технология ТВ-картинки определяет её мозаичный, фрагментарный характер, поскольку последняя не представляет единого целого, а состоит из многих светящихся точек — пикселей. Важным здесь является то, что способ, каким передаётся сообщение, определяет не только восприятие этого сообщения, но и в дальнейшем накладывает отпечаток на мироощущение индивида, постоянно имеющего дело с информационным

полем, организованным подобным образом [там же, с. 190].

Интертекстуальность как характеристика информационной культуры означает включение одного текста в другой, размывание границ текста, в результате которого он лишается законченности и закрытости, становится внутренне неоднородным и множественным. Таким образом, интертекст — это более чем сумма текстов, это культурно-исторические коды, способы передачи и восприятия текстов, причём как вербального, так и невербального плана [4]. В данном контексте интертекстуальность означает и включение одного текста в другой, и способ передачи и восприятия текстов вербального и невербального плана.

Итак, мозаичность и интертекстуальность визуальной культуры определяют специфику её воздействия на эмоциональную сферу человека. С одной стороны, возможности воздействия шире, чем возможности книжной культуры. «Экранность» компьютерной техники позволяет создать новый мир, используя средства и открытия книжной культуры. В произведениях визуальной культуры при воздействии на эмоциональную сферу осуществляется синтез рационального линейного текста и визуального ряда, обладающего наибольшими возможностями отображения пространства. С другой стороны, произведения визуальной культуры становятся средством различных идеологических систем, которые навязывают индивидам определённый образ мышления, подчиняя его власти господствующих структур.

Итак, современное общество, став информационным, превратилось в общество визуальной культуры. Реалии наших дней показывают, что информационные технологии могут быть использованы не только во зло, но и во благо. Визуализация в современном мире формирует особое пространство, особую форму бытия человека, где «зримое» становится центральным элементом его жизне-

деятельности [17]. В информационном обществе ценности массовой культуры трансформируют общественное сознание. Массовая культура создаёт тенденцию вытеснения аудиовизуальной культурой произведений художественной литературы. Молодое поколение предпочитает литературу информационного характера, книгам — технические носители. Но, по мнению ряда исследователей, проблема снижения интереса к произведениям книжной культуры связана не со спецификой воздействия произведений визуальной культуры, а с «с негативными коррелятами современной массовой культуры: недостатками образования, снижением общего культурного уровня, неготовностью воспринимать сложные и многоплановые тексты» [16, с. 85].

В конце 90-х годов XX века У. Эко в статье «От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст» показал неизбежность влияния СМИ на развитие культуры. Он пророчески определил тенденции развития визуальной и книжной культуры: «...не надо противопоставлять визуальную и вербальную коммуникации, а надо совершенствовать и ту, и эту» [19]. Основной характеристикой информационного компьютерного текста всегда будет оставаться его назначение — дать справочную информацию. А многофункциональная информация книги будет обеспечивать ей бесконечное существование. Реалии настоящей культуры XXI века показывают, что несмотря на информатизацию всех сфер жизни общества, активная жизнь книги продолжается. В сложном процессе жизнедеятельности эмоциональная сфера человека имеет такое же важнейшее значение, как и рациональное мышление. Для взаимосвязи мышления, чувств, воли, творчества человека визуальная и книжная культуры должны сосуществовать как взаимопроникающие направления информации. Для современного человека вопрос о степени, уровнях, характере, последствиях и т. д. взаимодействия информационных

потоков имеет особую актуальность. Ду- осмысления диалектики визуальной и
 мается, что его решение лежит в русле книжной культуры.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См.: Екимовская М.А. Информационно-психологическая безопасность как глобальная проблема человечества. Молодой учёный. 2015. № 6;
 Козлова О.Н. Манипуляция сознанием и субъектность в XXI веке // Вестник РГГУ. 2010. № 3;
 Кузьмина М.Ю. Механизм кодирования визуальной информации в произведениях художественной культуры // Вопросы культурологии. 2013. № 12. С. 45–51;
 Фрумкин К.Г. Клиповое мышление и судьба линейного текста. // Ineternum 2010. № 1. Режим доступа: [http://noinivers.narod.ru/pub/kf_clip.htm от 14.09.2016];
 Самохвалова В.И. Информационные войны:

культура против человека // Полигнозис. 2002. № 1 (17). Режим доступа: <http://www.polygnosis.ru/default.asp?num=6&num2=175>; а так же [11].

² См.: Дианова В.М. Постмодернистская философия искусства: истоки и современность. СПб.: Петрополис, 2000. 182 с.; Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. М.: Алетейя, 2000. 374 с.; Ильин И.П. Постмодернизм от истоков до конца столетия. Эволюция научного мифа. М.: Интрада, 1998. 256 с.; Царёва Н.А. Проблема философии культуры русского символизма и европейского постмодернизма. Владивосток: ВГУЭС, 2010. 390 с.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арташкина Т.А. Визуализация как средство информационного воздействия на индивидуальное и массовое сознание // Визуальная коммуникация в социокультурной динамике: сб. статей международной научно-практической конференции (23 октября 2014 года). Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. С. 182–192.
2. Арташкина Т.А., Царёва Н.А. Герменевтика как методология эпохи постмодерна и постпостмодерна // Проблемы музыкальной науки. 2018. № 3. С. 124–132.
3. Барт Р. Удовольствие от текста // Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1994. С. 477–497.
4. Бодрийяр Ж. Реквием по массмедиа // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской академии наук. М.: Институт экспериментальной социологии, СПб.: Алетейя, 1999. 226 с.
5. Бородина С.Д., Еманова Ю.Г., Яо М.К. Методологические аспекты интерпретации художественной культуры // Интерпретация и визуализация культуры: материалы Международной научной конференции. Казань, 4 октября 2011 года. Казань, 2012. С. 23–29.
6. Зенкова А.Ю. Visual Studies как интегральная область социально-гуманитарного дискурс-анализа // Современные теории дискурса: мультидисциплинарный анализ (Серия «Дискурсология»). Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2006. С. 51–57. URL: <http://textarchive.ru/c-2657731-pall.html> (Дата обращения: 15.01.2019).
7. Зинченко В.Г., Зусман В.Г., Кириозе З.И. Литература и методы её изучения. Системно-синергетический подход. М.: Флинта: Наука, 2011. 280 с.
8. Зубанова Л.Б. Визуальная и книжная культура: идеология информационно-медийных предпочтений // Вестник Челябинского государственного университета. 2012. № 5 (259). С. 55–59.
9. Ильин И.А. Одинокий художник / Сост., предисл. и примеч. В.И. Белова. М.: Художественная литература, 1993. 272 с.
10. Маклюэн М. Робкий гигант // Телевидение вчера, сегодня, завтра: сб. ст. Вып. 1. М.: Искусство, 1987. С. 158–164.
11. Савчук В.В. Медиафилософия: приступ реальности. СПб.: Изд-во РХГА, 2013. 348 с.
12. Сальникова Е.В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: автореф.

дис. ... д-ра культурологии. М., 2012. 52 с.

13. Стризое А.Л., Храпова В.А. Вербальное и визуальное в культуре: иерархия или дополнительность? // Вопросы философии. 2018. № 6. С. 82–89.

14. Тлостанова М.В. Постсоветская литература и эстетика транскультурации. Жить никогда, писать ниоткуда. М.: Едиториал УРСС, 2004. 416 с.

15. Чмырёва И.Ю. Творческий метод Пьера Боннара и некоторые проблемы визуальной культуры XX века: автореф. дис. ... канд. искусствоведения. М., 2004. 31 с.

16. Эко У. От Интернета к Гуттенбергу: текст и гипертекст. URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Еко/Int_Gutten.php (Дата обращения: 14.01.2019).

Об авторе:

Царёва Надежда Александровна, доктор философских наук, профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Тихоокеанское высшее военно-морское училище (690062, г. Владивосток, Россия), **ORCID: 0000-0002-6179-3978**, nadezda58@rambler.ru

REFERENCES

1. Artashkina T.A. Vizualizatsiya kak sredstvo informatsionnogo vozdeystviya na individual'noe i massovoe soznanie [Visualization as a Means of Informational Influence on Individual and Mass Consciousness]. *Vizual'naya kommunikatsiya v sotsiokul'turnoy dinamike: sb. statey mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (23 oktyabrya 2014 goda)* [Visual Communication in Sociocultural Dynamics: Compilation of Articles of the International Scholarly and Practical Conference (October 23, 2014)]. Kazan': Izd-vo Kazan. un-ta [Kazan: Kazan University Press]. 2015, pp. 182–192.

2. Artashkina T.A., Tsareva N.A. Germenevtika kak metodologiya epokhi postmoderna i postpostmoderna [Hermeneutics as a Methodology of the Post-Modern and Post-Post-Modern Era]. *Problemy muzykal'noj nauki/Music Scholarship*. 2018. No. 3, pp. 124–132.

3. Barthes R. Udovol'stvie ot teksta [Pleasure from the Text]. *Izbrannye raboty. Semiotika. Poetika* [Selected Works. Semiotics. Poetics]. Moscow: Progress. 1994, pp. 477–497.

4. Bodriyyar Zh. Rekvie'm po massmedia [Baudrillard J. Requiem for the Media]. *Poetika i politika. Al'manakh Rossiysko-frantsuzskogo tsentra sotsiologii i filosofii Instituta sotsiologii Rossiyskoy akademii nauk* [Poetics and Politics. Almanac of the Russian-French Center for Sociology and Philosophy of the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences]. Moscow: Institute of Experimental Sociology, St. Petersburg: Aleteyya, 1999. 226 p.

5. Borodina S.D., Emanova Yu.G., Yao M.K. Metodologicheskie aspekty interpretatsii khudozhestvennoy kul'tury [Methodological Aspects of the Interpretation of Artistic Culture]. *Interpretatsiya i vizualizatsiya kul'tury: materialy Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. Kazan', 4 oktyabrya 2011 goda* [Interpretation and Visualization of Culture: Materials of the International Scholarly Conference. Kazan, October 4, 2011]. Kazan, 2012, pp. 23–29.

6. Zenkova A.Yu. Visual Studies kak integral'naya oblast' sotsial'no-gumanitarnogo diskurs-analiza [Visual Studies as an Integral Field of Social and Humanitarian Discourse-Analysis]. *Sovremennye teorii diskursa: mul'tidistsiplinarnyy analiz (Seriya «Diskursologiya»)* [Contemporary Theories of Discourse: Multidisciplinary Analysis (“Diskursologiya” [“Discourse Studies”] Series)]. Yekaterinburg: “Discourse-Pi” Publishing House. 2006, pp. 51–57. Available at: <http://textarchive.ru/c-2657731-pall.html> (Accessed 15.01.2019).

7. Zinchenko V.G., Zusman V.G., Kirnoze Z.I. *Literatura i metody ee izucheniya. Sistemno-sinergeticheskiy podkhod* [Literature and the Methods of Its Study. A Systematic-Synergetic Approach]. Moscow: Flinta: Nauka, 2011. 280 p.

8. Zubanova L.B. Vizual'naya i knizhnaya kul'tura: ideologiya informatsionno-mediynykh predpochteniy [The Visual and Book Culture: The Ideology of Informational-Media Preferences]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Chelyabinsk State

University]. 2012. No. 5 (259), pp. 55–59.

9. Ilyin I.A. *Odinokiy khudozhnik* [The Lonely Artist]. Compiled, with an introduction and notes by V.I. Belov. Moscow: Khudozhestvennaya literatura, 1993. 272 p.

10. Maklyuen M. Robkiy gigant [McLuhan M. Shy giant]. *Televidenie vchera, segodnya, zavtra: sb. st. Vyp. 1* [Television Yesterday, Today, Tomorrow: Compilation of Articles. Issue 1]. Moscow: Iskusstvo, 1987, pp. 158–164.

11. Savchuk V.V. *Mediafilosofiya: pristup real'nosti* [Media Philosophy: a Fit of Reality]. St. Petersburg: Publishing House of the Russian Christian Academy for the Humanities, 2013. 348 p.

12. Salnikova E.V. *Fenomen vizual'nosti i evolyutsiya vizual'noy kul'tury: avtoref. dis. ... d-ra kul'turologi* [The Phenomenon of Visuality and the Evolution of Visual Culture: Thesis of Dissertation for the Degree of Doctor of Culturology]. Moscow, 2012. 52 p.

13. Strizoye A.L., Khrapova V.A. Verbal'noe i vizual'noe v kul'ture: ierarkhiya ili dopolnitel'nost'? [The Verbal and the Visual in Culture: Hierarchy or Complementarity?]. *Voprosy filosofii* [Questions of Philosophy]. 2018. No. 6, pp. 82–89.

14. Tlostanova M.V. *Postsovetskaya literatura i estetika transkul'turatsii. Zhit' nikogda, pisat' niotkuda* [Post-Soviet Literature and Aesthetics of Transculturation. Never To Live, to Write from Nowhere]. Moscow: Editorial URSS, 2004. 416 p.

15. Chmyreva I.Yu. *Tvorcheskiy metod P'era Bonnara i nekotorye problemy vizual'noy kul'tury XX veka: avtoref. dis. ... kand. iskusstvovedeniya* [The Creative Method of Pierre Bonnard and Some Problems of 20th Century Visual Culture: Thesis of Dissertation for the Degree of Candidate of Arts]. Moscow, 2004. 31 p.

16. Eko U. *Ot Interneta k Guttenbergu: tekst i gipertekst* [From the Internet to Guttenberg: Text and Hypertext]. Available at: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Eko/Int_Gutten.php (Accessed 14.01.2019).

About the author:

Nadezhda A. Tsareva, Dr.Sci. (Philosophy), Professor at the Department of Social-Humanitarian Disciplines, Pacific Higher Naval School (690062, Vladivostok, Russia),

ORCID: 0000-0002-6179-3978, nadezda58@rambler.ru

