

*НИКИФОРОВА Саргылана Валентиновна,
к. культурологии, доцент каф. культурологии,
ИЯКН СВ РФ СВФУ имени М. К. Аммосова*

О «ПОВОРОТАХ» В КУЛЬТУРЕ И КУЛЬТУРОЛОГИИ

Аннотация

Речь идет о двух «поворотах»: первый – фундаментальный сдвиг в культуре современности, получивший название «иконический поворот» («iconic turn»), является, по сути, «поворотом» в культуре или «культурным поворотом», за которым следует смена дискурса, ревизия инструментария, чтобы учесть это изменение, тоже называемое культурным (культуральным, культурологическим) поворотом. Переход от предмета к категории анализа – ведущая характеристика культурологического поворота, он отмечает смену исследовательской «оптики» в исследованиях визуальности и в науках о человеке в целом. Обозначив различия в понятии «поворот», автор подробно останавливается на иконическом повороте, в том смысле, что в истоках формирования реальности, предстающей сегодня в качестве медиареальности, роль визуального образа является основополагающей. Образ как результат интеллектуального усилия можно мыслить образами и ими выражать свою мысль, образ является не первичным этапом, а итогом познания. Иконический поворот смещает фокус внимания с того, что образ представляет помимо себя, его природа раскрывается в свете события, формы, идеи, организующего принципа, насилия над содержанием: оформлять, достигать и держать форму, удерживать четкость образа. Событие доводит себя до крайности: пустые, легко деформируемые и тиражируемые стандартизированные формы с утраченными по ходу превращений смыслами. Порождаемые этим безличность, бессмысленность и мгновенное заполнение попутными, знакомыми, готовыми к любым манипуляциям, так образ уточняет себя в этом процессе. Усиление роли визуального изображения исследователи связывают с произошедшим в современной культуре «иконическим поворотом». Сущность последнего состоит в переходе от вербального способа передачи информации к визуальным образам.

Ключевые слова: культурный поворот, инструментарий, иконический поворот, сдвиг, изображение, визуальный образ, форма, медиареальность, стандартизация, тиражирование.

Введение

Статья построена на материале доклада, представляющего вступление к работе секции «Визуальные практики культурных индустрий в регионе: инфраструктура, ресурсы и технологии (фото, кино, музеи)», проведенной в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Культурные индустрии региона: опыт и перспективы развития» (14 декабря 2016, Якутск). В современной гуманитаристике с одинаковой частотой, приблизительно в одном и том же контексте, употребляются два разных термина, обозначаемые в русском языке одним словом «поворот». Попытаемся разобраться и предупредить частую ошибку, заключающуюся в смешении понятий «поворот»: «культурный поворот», «культуральный поворот», «культурологический поворот» и «поворот в культуре»; уточнить дефиниции. В отечественной культурологии неоднократно были попытки развести «повороты»: поворот как смену методологии обозначить термином «культуральный», а другие, например, «культуралистический поворот» – в качестве «тенденции характеризовать все социальные процессы как «культурные»... фактически, как выражение критерия «человеческие» ...» [14, с. 48], не имея в виду поворот как культурологический метод или трансформацию культурологических теорий [4]. Мы понимаем, что оба поворота взаимосвязаны (жесткими причинно-следственными связями), отсюда и путаница. На наш взгляд, тенденция использования терминов складывается именно так: «культурным» определить поворот в значении социальный, бытийный, человеческий, еще точнее он может быть обозначен как «поворот в культуре»; а поворот в значении исследования (методологии и техники изучения только что названного «культурного» поворота) обозначать понятием «культурологический» поворот, поскольку он следствие первого и содержит в названии отсылку к Логосу.

Предыстория. Концепт «Поворот»

М. Хайдеггер к докладу «Die Kehre» (1949) в одноименной работе, опубликованной в 1950 г., для обозначения радикальной смены собственной позиции избрал старое немецкое слово Die Kehre – поворот, извилина (дороги); поворот, соскок с поворотом (гимнастика); разворот автомобиля; вираж. В его основе лежит глагол kehren – обратить взор к небу, повернуть все к лучшему, но также и мести мусор, подметать, наводить порядок. «Хайдеггер не стал говорить, что на его родном наречии поворотом (Kehre) зовется место, где серпантин горной дороги поворачивает почти назад, чтобы подобраться еще ближе к перевалу. За невольное свидетельство его безысходных блужданий было принято и название сборника «Holzwege», который переводили на разные языки (как «Дороги, ведущие в никуда», как «Лесовозные дороги», как «Дебри»). Но в воспоминаниях Карла Фридриха барона фон Вейцзеккера читаем: «Однажды он повел меня по лесной дороге, которая сходила на нет и оборвалась посреди леса в месте, где из-под густого мха проступала вода. Я сказал: «Дорога кончается». Он хитро взглянул на меня: «Это лесная тропа (Holzweg). Она ведет к источникам. В книжку я это, конечно, не вписал» [3, с. 5-6]. Хайдеггер игнорирует более привычное слово Die Wende: 1) поворот; оборот; 2) перен. поворот, перемена (судьбы и т. п.); 3) рубеж, порог (о времени); 4) выход наверх (борьба) – слово, которое стало универсальным именем события.

Современная наука знает как минимум два поворота, существует ряд претендентов на статус третьего, следующего за онтологическим и лингвистическим: иконический, антропологический, теологический, перформативный, постмодернистский, пространственный, прагматический, телесный и проч. Одним из первых соискателей на статус третьего поворота является иконический поворот. «Еще со времен Платона философы пренебрегали визуальным образом, считая его недостоверным (как в случае с преломленной палкой в воде) выразителем «бытия по мнению», и противопоставляя ему «бытие по истине», которое недоступно зрению» [15, с. 16]. Если, начиная с Н. Гартмана («Основные черты метафизики познания», 1921) и названной выше работы М. Хайдеггера 50-х гг., дискутировали по поводу концепта «поворот» – метафора это или термин, то сегодня речь идет не столько о термине, но фактически о двух различных «поворотах»: о фундаментальном сдвиге в культуре современности – «иконическом повороте» («iconic turn») и следующей за ним смене дискурса, смене инструментария. Исследователи культуры одновременно заговорили о «смене оптики» (Л. М. Мосолова [11, с. 7]), о поиске «адекватной оптики» (И. М. Быховская [7]) или «фокусировке исследования» по А. Реквицу и Д. Бахманн-Медику [4, с. 26]. То есть конечным пунктом второго поворота, названного «культурным» (А. Реквиц, Д. Бахманн-Медик, Г. Бём и др.), является не стремление «дать оценку» и «навесить ярлык», но артикуляция процесса выбора, оценивания и названия объекта – ревизия и подбор валидного инструментария. «Сегодня оптикой теоретических аппаратов захватываются проблемные зоны, бесконечно превосходящие разрешающую способность прежних линз» [12, с. 110]. Исследователи говорят о возврате интереса к субъекту, смене методологии, названия работ говорят за себя, например, «Трансформация культурных теорий» (2000) Андреаса Реквица или работа Дориса Бахманн-Медика «Cultural Turns: Новые ориентации в науках о культуре» (2006). Переход от предмета к категории анализа – еще одна сущностная черта культурного поворота. Превращение понятия в категории анализа позволяет охватывать феномены, первоначально не относившиеся к традиционной области (науки). Дорис Бахманн-Медик проводит сравнение такой трансформации с понятием «перевод», выводя его за границы области языкового перевода и превращая из описывающего понятия в оперативное, в обобщаемую категорию, а не только анализировать империю символического в присущей ей комплексной самореферентности [2].

Иконический поворот

Любой поворот провоцируется очевидными изменениями в социальной и культурной сфере. Образы и различные визуальные содержания стали вездесущими, что привело к соответствующим переменам в функции и статусе образов. Эти изменения впервые были описаны Вальтером Беньямином в его программной работе «Произведение искусства в эпоху технической воспроизводимости» (1936 г.). Сегодня они служат одним из оснований интереса

к проблематике образности. «Говорят, что «неграмотным в будущем будет не тот, кто не владеет алфавитом, а тот, кто не владеет фотографией» – утверждает он в работе «Краткая история фотографии» [6, с. 91]. Пожалуй, редкая из дисциплин, причисляющих себя к современным социальным наукам, способна игнорировать эту тему: различные типы образности (от художественной до коммерческой и от визуальной до вербальной) вплетены в ткань современного социума.

С рубежа XIX-XX вв. в произведениях культуры текст начинает вытесняться изображением. Поворот становится настоящим поворотом только тогда, когда исследовательское внимание переключается с уровня предмета новых областей исследования на уровень категорий анализа и концепций. Так, например, иконический (изобразительный) поворот не просто усилил внимание к изображениям, но стал их анализировать, в результате чего произошло расширение понятия «изображение» до формирования теории особенных культурных изобразительных форм восприятий, что привело в конечном итоге к формированию в Германии междисциплинарной науки, занимающейся изучением изображений.

Усиление роли визуального изображения исследователи связывают с произошедшим в современной культуре «иконическим поворотом» (Гюнтер Андерс, Готфрид Бём). Сущность последнего состоит в переходе от вербального способа передачи информации в средствах массовой коммуникации к визуальным образам. Еще 10-15 лет назад человек находил время для чтения текстов, а сегодня он в основном успевает заметить лишь самые скандальные заголовки и броские фотографии с узнаваемыми лицами в журналах, в сети Интернет. Слово вытесняется визуальным образом как статичным, так и движущимся. Успешность манипулирования с помощью языка визуальных образов предопределяется сложившимися у современного поколения носителей культуры особенностями восприятия, так называемом «клиповом» мышлении.

Огромную роль в этих изменениях сыграла фотография. В XX в. оценка мира изменилась из-за того, что человек стал воспринимать окружающие вещи и явления посредством технических средств. Современный зритель не застывает в немом восторге перед Джокондой или Венерой, он вообще на них не смотрит, скорее, обращен к ним спиной, запечатлевая себя любимого на свой гаджет щека к щеке или в обнимку с шедеврами. Он исходит из соображений, что потом в Интернете посмотрит и прочтет все про них, а сейчас нужно ловить момент. Доступность, точность воспроизведения, легкая тиражируемость, визуальная выразительность фотографии стимулировали общество к быстрому и широкому внедрению кино и телевидения. Цифровая фотография, кино, реклама, телеизображение и смайл становятся главными средствами коммуникации, отдаляя на второй план слово из всех областей коммуникации, поскольку визуальное быстрее и легче сообщает человека с информацией. Современная цивилизация ведет к упрощению языка общения, к редукции глубины символического, к плоскому знаку, к иконке, «смайлу», образу. Иконический поворот – зримое подтверждение этого. Композитор и музыковед Владимир Мартынов констатирует: «На смену вербально ориентированной парадигме культуры приходит парадигма визуально ориентированная. Власть текста сменяется властью картинки. Власть идеологом сменяется властью иероглифем, и на смену идеологии приходит гламур – глянцева картинка, показывающая нам, как нужно жить. Однако этот переход не есть движение к некоему архаико-мифологическому «дословному». Это движение к некоему неведомому «послелловному» состоянию цивилизации» [15, с. 18-19].

Изображение довлеет, навязывается, мигает и «квакает», все щели, все пространство пестрит ими, и нет времени, возможности и желания что-то классифицировать, из чего-то выбирать. Сложится само, как-нибудь, как в пазлах, в случае, если не сложится, что-нибудь подтянем, смонтируем, набросаем другие изображения и получим нечто, может быть, даже лучше, чем было в замысле. «Копирование визуальных образов достигло такого качества, а тиражирование такой оперативности, что сегодня господствует ситуация уже-прежде-виденного до встречи с реально видимым: произведением ли изобразительного искусства, архитектурой того или иного города, экзотической природой или дикими животными в национальном парке.

Отражением этого процесса был «иконический поворот» [8, с. 127-130]. Он есть означающее сдвига в социально-культурной ситуации.

В современном цивилизованном обществе взгляд индустриализируется, а видимость является собой не только данное и наличное, но и сокрытое, единственно возможное. По Вилему Флюссеру: «Мы начинаем мыслить в фотографических категориях, что означает, что преобразуются основные структуры нашего бытия» [16, с. 93]. Образ становится сверхзначимым. В последующем западная цивилизация получила название «цивилизация образа». В этой ситуации «распятый на экране человек» (П. Вирильо) стал обладателем столь же плоского, как и экран, сознания. Окружая себя образами, человек экранирует реальность (представляя и отгораживаясь от нее все более и более тонкими экранами, в пределе утратившими толщину и слившимися с «реальностью»). Мы «онемели перед образом», мы сообщаемся образами, мы, наконец, думаем образами, «забывая» о лингвистическом характере реальности, вытесняя его стандартными «картинками», «иконками», знаками.

Начало этой тенденции обнаружил в 30-е гг. XX в. ученик Э. Гуссерля и М. Хайдеггера Г. Андерс, усмотревший в ней «икономанию»; затем историк искусства Уильям Дж. Томас Митчелл (W.J.T. Mitchell), отвечая на вызов распространения видео- и компьютерного искусства (кибер-искусства) в 1986 г., говорит об «иконологии», а в 1992 г. в журнале «Артфорум» он же вводит понятие «pictorial turn»; Ф. Фельман в рамках исследований символического прагматизма использует термин «imagic turn» и, наконец, историк искусства из Базеля Готфрид Бём (G. Boehm) в 1994 г. предложил термин «iconic turn» – «иконический поворот» в работе *Die Wiederkehr der Bilder*. «Iconic turn» стал философским термином, истории и определению которого посвящена статья Бернадетт Колленберг-Плотников. Ее вывод аналогичен: термин впервые употребил в 1994 г. Г. Бём.

Технологический прогресс в сфере массмедиа, связанный с фотографией, кино, компьютером и интернетом, ведет не только к концентрации знания, но и делает его доступным, что все больше обуславливает гуманитарное развитие. Новая мифология массмедиа говорит о «кибер-истории», «ноосфере», опираясь в этом на образ «глобальной деревни М. Маклюэна, предвещающего рождение высшего «коллективного существа». С этой мифологией конкурирует другая редакция виртуальных перспектив, согласно с которой коммуникативные технологии способствуют сильнейшей фрагментации знания и неравенству в его доступности (дигитальное социальное неравенство). При всей дискусионности вопроса о современных трансформациях знания несомненным для дискусирующих сторон остается утверждение о происходящей его визуализации. И этот процесс наблюдаем во всех сферах.

Сегодня речь идет о двух тенденциях в трактовках иконического поворота. Первую от американского исследователя литературы и истории искусств У. Митчелла, для которого иконический поворот заключается в акценте на преобладании в мышлении образов и образных процедур. Вторая тенденция, которую автор связывает с разработками немецкого историка искусств Г. Бёма, фокусирует внимание на феноменологическом и антропологическом определении образа, выходящем за рамки социологических и культурологических дефиниций в область эпистемологии и философии. Он предлагает выйти за рамки проблематики интерпретации образов в науке об искусстве и выяснить сущность «философии образа».

На сегодня исследователи выделяют три типа гуманитарной рефлексии иконического поворота в культуре. Первый тип реакции «тотальная» обусловлен пониманием иконического поворота как радикальной инновации, прервавшей традицию и изменившей культурный код в целом. Иконическое событие катастрофично, охватывает все сферы жизни и деятельности индивида, изменяет мир и саму человеческую природу. Продуценты тотального *illusio*, такие как польский исследователь К. Конецки, говорят о «дигитальном насыщении культуры», или как один из отцов-основателей «иконического поворота», американский литературовед и историк искусства У. Митчелл прокламирует «диктатуру глаза», фиксирует его вездесущность, способность воздействовать на молярный уровень жизненных отношений, например, гендерных. Утверждается, в частности, что современная сексуальная реакция стала в своей основе вуайеристской [1]. Второй тип реакции – «локальный» – практикует *illusio* «поворота» как культурное добавление, рождающее в поле культуры своеобразный анклав – относительно

автономный символический мир. В аудиовизуальной логике – метафора (образ), опирающаяся на клиповые и ризоматические основания, атрибутирует фрагментированную идентичность, способную осуществлять символические переходы из одного мира в другой со сменой субъективной конфигурации. И если в тотальной версии иконического поворота постулируется смена одной формы целостности (письменного дискурса) другой (аудиовизуальной), то в ее локальной редакции манифестируется их паритетность и продуктивность интердискурсивных связей. Третий тип рецепции иконического поворота может быть условно обозначен как «инструментальный».

Проблематика образа

Мы говорим об «иконическом повороте» в том смысле, что в истоках формирования реальности, предстающей сегодня в качестве медиареальности, роль визуального образа основополагающая. «Наиболее масштабный сдвиг, на который указывают поиски адекватного понятия визуальной культуры, заключается в том, что акцент переносится на социальный аспект визуальности, на повседневные ситуации, когда ты смотришь на других, а другие смотрят на тебя. Это сложное поле визуальной взаимности, не просто побочный продукт социальной реальности, а ее основополагающий элемент. В опосредовании социальных отношений видение играет не менее важную роль, чем язык, оно несводимо к языку, «знаку» или дискурсу. Картинки не хотят, чтобы их превращали в язык, – они хотят равных с ним прав. Они не хотят, чтобы их низводили до «истории образов» или возвышали до «истории искусства», – они хотят, чтобы их воспринимали как сложные индивидуальности, имеющие множество субъектных позиций и идентичностей» [10]. Мир дан не только в образе мира, в картине мира, но и в медиамире, в котором образ окончательно утрачивает аналоговый способ его производства, становясь цифровым, что позволяет распространять экспансию образа на «до-образный» и «вне-образный» мир, мир воображения, фантазмов, предощущений, желаний. Цифровой образ обнаруживает геометрическую конструкцию мира, ее плотную протяженность. Цифровой образ не есть образ вещи, он есть образ другого образа, отсылая к нему, он собирается по его образцу и, если можно так сказать, выражает его. Все есть образ – такова первооснова всего сущего, таков же и главный тезис приверженцев иконического поворота. Его оптика позволяет схватить невидимое и, следовательно, неведомое для другой оптики, высвечивающей свой горизонт умопостигаемого. Противоречия, порождаемые этой ситуацией, фиксирует Жак Рансьер: «Если существуют лишь образы, то не существует ничего другого, нежели образы. А если не существует ничего другого, нежели образы, то само понятие образа утрачивает свое содержание и образа более не существует» [13, с. 157].

Исследователи визуальности сходятся во мнении, что образ – это уже есть результат выбора, результат интеллектуального усилия, что можно мыслить образами и в образах выражать свою мысль, образ является не предпосылкой, но итогом познания. В этом плане любопытен лингвистический экзерсис В. В. Савчука, в котором он путем простой подстановки служебных частей речи и местоимений расширяет границы дефиниции «образа». «Иконический поворот смещает фокус внимания с того, что образ представляет *помимо* себя или, если хотите, *через* себя, на то, что он представляет *из* себя. Иными словами, что есть сам образ, каковы его структура, конструкция, механизмы возникновения и условия существования, какие концепты лежат в основании репрезентации видимого? Существо репрезентации таково, каковым являются условия именованного, понимания всего, идея всего. Реальность образа – форма представления реальности; она как вода, воздух, огонь, земля Древних греков; бытие – это *не то, что мы мыслим, но чем мы мыслим* тогда, когда всецело отдаемся делу мысли. Исходные онтологические условия выражены тезисом «все есть образ» [15, с. 24].

Техническая составляющая производства образа: образ механически фиксирует аппарат, который использует человек. Он удваивает реальность. Но когда изображение стали не только тиражировать, но обрабатывать и видоизменять, степень манипуляции визуальным «документом» возросла. Цифровая фотография трансформирует и соединяет несоединимое без видимого следа. Использование в производстве образов, методов и технологий, конструирующих киберпространство, виртуальную или медиа-реальность, позволило открыть производство комбинированных образов – хаос. Оцифровывание образов нивелирует объекты далекие и

близкие, реальные и фантомные. В медиареальности, в основе которой не только технические изобретения, но и перепроизводство визуальных образов, соприкосновение отдалается все дальше.

«Ныне в образе усматривают самостоятельную, самовоспроизводящуюся, автореферентную реальность. Как стало ясно в свете цифровой революции, образ не выражает сходство с источником, его природа открывает себя не в сфере аналоговости, факсимильности, слепка и копии, но в свете события, формы, идеи, организующего принципа, насилия над постоянно меняющимся содержанием: оформлять, достигать и держать форму столь же сложно, как и удерживать четкость образа во времени. ...Мультикультурный и многоуровневый характер производства визуальной реальности стал довлеющим. В этом контексте существо фотообраза, обернувшегося цифровым образом и ставшего фундаментальным образом эпохи новых медиа, – одна из наиболее актуальных тем» [15, с. 26]. Медиа внутри нас, они есть не предмет, но процесс, иными словами, природа медиа не проявляется в мире вещей, но лишь в мире отношений, и раскрывает себя через свои эффекты.

Конструкция объективного отображения или изображения реальности утратила фундамент. Референт изображения оказывается под вопросом. Идея адекватности отступает перед свободным выбором представления реальности, таким образом хайдеггеровское представление реальности получает иконическое развитие. Мы не интерпретируем то, что видим, мы изображаем то, что представляем. Реальность выступает лишь как архив или склад образов, откуда отбирается или заказывается необходимый материал для производства цифровых образов. Реальность собирается, синтезируется не из непосредственно-воспринимаемых чувственных данных, но из бестелесных визуальных образов, которым уже приданы соответствующие смыслы, образы, созданные другими. Но «бестелесный» образ не бесплоден. Он является генерирующей и легитимирующей инстанцией реальности.

Последние два десятилетия XX в. и первые два десятилетия XXI в. репрезентировали себя резким усилением дигитализации культуры, которая концептуально закрепляется в идее иконического поворота. Это суперлогика или исчислимость и просчитываемость? «Значит ли это, что человек безвольно отдался на поток и разграбление технике? Нет ... » [17, с. 253]. Дигитализация приводит к исчезновению множества традиционных перформативных практик осуществления человека, то есть ставит под вопрос саму антропность культуры, или не все так однозначно и трагически обречено.

В своей работе «Чего хотят изображения? Жизнь и любовь изображений» (*What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*) Уильям Дж. Томас Митчелл фиксирует важный для его иконологической программы парадокс – эффект «двойного сознания», состоящий в «одновременном присутствии, с одной стороны, наивного и даже суеверного отношения к изображению, с другой, – в сохранении по отношению к нему трезвой, скептической и критической позиции» [10]. Исследователи визуальности фиксируют радикальные изменения в современной культурной морфологии – ее насыщении (перенасыщении) информацией и образными элементами. Визуальность, считают они, становится измерением наших действий. Это измерение вездесуще, оно проникает в описания физических условий, в наши переживания, интеллектуальное поведение. Даже субъектность часто выражает себя чисто визуально, при помощи изобразительных средств конструируется идентичность и социальный мир.

Весной 2016 года мы в составе группы принимали участие в разработке проекта по становлению (формированию) многокомпонентной позитивной идентичности средствами актуального искусства, по сути, обращением к образному мышлению. Моделирование процесса становления цивилизационной идентичности путем внедрения социокультурной программы ревитализации культуры народов Северо-Востока Азии. Идея цивилизационной идентичности как интегративной реальности нового порядка виделась нам возможной к осуществлению в плане проблематизации и ассимиляции новых художественных практик актуального искусства, определения их роли в становлении цивилизационной идентичности: «я якут, (эвенк, коряк...), я северянин, я россиянин; через практическую биеннализацию (социокультурный проект «Тепло холода»: выставки, мастер-классы и фестивали, летние школы, постоянно действу-

ющий научный семинар); внедрение нового образовательного профиля по арт-менеджменту (магистерские и диссертационные проекты). В качестве ожидаемых результатов научного исследования группа разработчиков видела моделирование процесса становления цивилизационной идентичности; создание социокультурной программы ревитализации культуры народов Северо-Востока Азии; становление позитивной многокомпонентной цивилизационной идентичности; изживание ярлыка «вымирающих народностей» и формирование самосознания представителя народа и культуры средствами актуального искусства.

Проект был направлен на решение проблемы соотносительности искусства и цивилизационной идентичности, которые являются мало разработанными в отечественной и мировой науке. Нам казалось, что проблема ревитализации культуры может быть решена только при условии изменения самосознания этнофоров – представителей коренных малочисленных народов Севера, которое возможно средствами актуального искусства, обращением к проверенным сформированным мыслительным формам, к пресловутому клиповому мышлению. Современные формы искусства, ориентированные на становящуюся личность, на новую социальность и культуру, редко становятся объектом исследования, на наш взгляд, они «проятся» в исследовании визуальности. Равно как и процесс воздействия изобразительных образов, процесс становления новой мифологемы, новой реальности, которые тоже недостаточно изучаются в культурологическом (этнометодологическом) дискурсе.

Формы и содержание актуального искусства могут стать в дальнейшем инструментами привлечения капитала, инвестиций в туристическом бизнесе или частью государственной политики РФ. Искусство и визуальные образы рассматривались в качестве развернутой формы осознания и самовыражения идентичности современной общности. При этом художник представляет образ целого в его актуальной среде, поэтому искусство выступает базой соотносительности эмпирической реальности, ядром зарождения новых структур, матрицей, задающей вектор понимания и характер дискурса будущего. Идет процесс перехода к новой реальности и идентичности, связанной с видением «мы в мире».

Речь идет о визуализации как практике создания новой формы знания. В интерпретации знания речь идет не столько об участии визуализаций в качестве структур, поддерживающих лингвистические и текстуальные практики, сколько об их полном замещении. Это значит, что в фокусе внимания оказываются контексты и способы «институционализации» и «использования» визуальной продукции. Внимание к визуальному опосредованию обосновывается техническими изменениями последних десятилетий, появлением новых форм социального поведения, например, «мультимедийного эксгибиционизма»: образ играет в современной культуре не только роль выразительного средства, но и становится носителем содержания сообщений. Образ изменяет не только форму знания, но и способ его присвоения, который выглядит вполне анархическим. Это присвоение сопровождается распадом прежних форм социального использования знания, в частности, размыванием границы между специальным знанием и общепринятым, обесцениванием сакрального знания, которому массовый тираж грозит потерей привилегий и власти.

Дитмар Кампер, наделяя образ почти монструозными свойствами, идет дальше остальных, «образ, соразмерный взгляду, можно активно формировать в повторяющихся всю жизнь инсценировках, непременно включая увиденное. Это принуждение – все, что есть, ради взгляда преобразовать в образ – связано с редкой добровольностью, которая полностью ликвидирует прежние линии обороны. Сейчас это «добровольное принуждение» тотально распространяется и не оставляет никакого шанса ускользнуть тем, кто делает ставку на принадлежность к обществу. Образовался «порочный круг»: чтобы принимать участие в процессе возрастающей очевидности, люди мирятся с тем, что они теряют многомерную телесность своей жизни. Они сами приговаривают себя к тому, чтобы существовать только на поверхности образов» [9, с. 107]. Значительное внимание должно быть уделено «визуальному знанию» и «визуальной риторике», создающим в культурном пространстве новую проблемно-конфликтную ситуацию, задающем «вектор, при котором калейдоскоп знания начинает менять свою мозаику» [12, с. 111].

Заключение

Обозначив различия в понятии «поворот», мы позволим себе еще раз подробно остановиться на иконическом повороте, в том смысле, что в истоках формирования реальности, предстающей сегодня в качестве медиареальности, роль визуального образа является основополагающей. «Иконический поворот» в начале XXI в. рассматривается как фундаментальный культурный сдвиг, экзистенциальное событие, изменившее процесс и механизмы человеческой социализации, вызвавшее к жизни новые феномены человеческого существования, зафиксировавшее кризис сложившихся форм социальных отношений. Произошел гуманитарный кризис, который не есть продукт только научно-технического прогресса (в терминологии эпохи Просвещения), но качественно меняет отношение к жизни и представление о ценностях, складывая их иерархию совершенно неприемлемо для традиционной культуры. И такой «поворот» выходит за рамки универсального конфликта поколений.

Усиление роли визуального изображения исследователи связывают с произошедшим в современной культуре «иконическим поворотом». Сущность последнего состоит в переходе от вербального способа передачи информации к визуальным образам, например, те же смайлы. Образ воспринимается сегодня не как иллюстрация к некоему вербально означаемому понятию, но как результат интеллектуального процесса: можно мыслить образами и ими выражать свою мысль; образ является не первичным вспомогательным этапом, а итогом познания. Иконический поворот смещает фокус внимания с того, что образ представляет помимо себя, его природа раскрывается в свете события, формы, идеи, организующего принципа, насилия над содержанием: оформлять, достигать и держать форму, удерживать четкость образа. Событие доводит себя до крайности: пустые, легко деформируемые и тиражируемые стандартизируемые формы с утраченными по ходу превращений смыслами. Этим порождается безличность, бессмысленность и мгновенное заполнение попутными, знакомыми, готовыми к любым манипуляциям значениями, образ уточняет себя в этом процессе, в бесконечной прогрессии с легкостью необыкновенной умножая варианты, копии, симулякры. Чтобы разобраться в этом потоке образов, сегодня появляются другие инструменты, технологии, принципы подхода к жизни в целом. Речь не идет о получении информации, ключевой становится проблема выбора способов коммуникации. Одним словом, «иконический поворот» в культуре.

Литература

1. Аналитический обзор № 21 «Иконический поворот» в культуре и трансформации образования / М. Ф. Гербовицкая, Н. Д. Корчалова, А. А. Полонников. – Минск: Белорусский государственный университет; Центр проблем развития образования ГУУ и ИМП БГУ, 2014. – 25 с.
2. Бахманн-Медик Д. Режимы текстуальности в литературоведении и культурологии: вызовы, границы, перспективы // НЛЮ 2011, 107. / URL: //magazines.russ.ru (дата обращения: 07.12.2016).
3. Бибихин В. В. Дело Хайдеггера // Время и бытие. Статьи и выступления. – М.: Республика, 1993. – С. 3-14.
4. Безуглова Н. П. «Культурный поворот» в западной культурологии // Вестник Московского государственного университета культуры и искусства. – 2010. – № 6. – С. 21-27.
5. Безуглова Н. П. Культура как экономический феномен (зачем экономике нужна культура?) // Культура и образование. – 2015. – № 2 (17). – С. 33-44.
6. Беньямин В. Краткая история фотографии // Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. Избранные эссе. – М., 1996. – С. 66-91.
7. Быховская И. М. «Социальное» сквозь призму «культурного»: в поисках адекватной оптики // Культура и образование. – 2015. – № 2 (17). – С. 27-32.
8. Иконический поворот // Проективный философский словарь / под ред. Г. Л. Тульчинского, М. Н. Эпштейна. – СПб.: Алетейя, 2003. – С. 127-130.
9. Кампер Д. Взгляд и насилие, будущее очевидности // За философию фотографии. – СПб., 2008. – С. 102-108.
10. Митчелл Уильям Дж. Т. Чего на самом деле хотят картинки? №94. 2015. // URL: //moscowartmagazine.com/issue/1/article/60 (дата обращения: 05.12. 2016).

11. Мосолова Л. М. Культурологический подход к изучению истории и современности Кольского Севера // Культурные индустрии Кольского Севера: пролегомены к исследованию: Коллективная монография. – СПб., 2012. – С. 5-15.

12. Очеретянный К. А. Закат всепроникающей ясности. Рецензия на книгу В. В. Савчука «Медиа-философия. Приступ реальности» // Международный журнал исследований культуры. – 2013. – 2 (11). – С. 110-111.

13. Рансьер Ж. Разделяя чувственное. – СПб.: Изд-во Европ. ун-та в С.-Петербурге, 2007. – 264 с.

14. Савельева М. Ю. К вопросу о сущности «культуралистического поворота» в философии // Фундаментальные проблемы культурологии. – СПб., 2008. – Т. 1: Теория культуры. – С. 47-54.

15. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. – СПб.: Изд-во РХГА, 2013. – 352 с.

16. Флюссер В. За философию фотографии / пер. с нем. Г. Хайдаровой. – СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та, 2008. – 146 с.

17. Хайдеггер М. Поворот // Время и бытие. Статьи и выступления. – М., 1993. – С. 253-258.

*NIKIFOROVA Sargylana Valentinovna,
Candidate of Cultural Studies,
Associate Professor of Cultural Studies,
North-Eastern Federal University*

On “Turns” in Culture and Culturology

The introduction of the article illustrates such two «changes» in culture and culturology as a fundamental shift in contemporary culture, named «iconic turn» and change of a discourse, named «cultural turn». Conversion from the subject to analysis category is a principal characteristic of the cultural turn as it marks the change of research “optics” in visual studies and humanics in general. Having identified the differences in the notion “turn”, the author particularly refers to the iconic turn, in regard that the role of visual image in the origin of reality formation, which appears as a mediareality, is fundamental. Image as the result of an intellectual effort is not primarily stage but the result of knowledge. The iconic turn removes the fact that image itself represents, its nature reveals in the light of event, form, idea, organizational principle and abuse on a content (execute, achieve, keep in shape, hold the sharpness of the image). The event drives itself to extremes, i.e. empty, easily deformable, replicated and standardized forms with the loss of meanings’ transformation. This fact generates impersonality, inanity and immediate filling of passing acquaintances ready for any manipulations, that is the way the image clarifies itself in the process. In opinion of researchers, strengthening of the visual image role is connected with the iconic turn. An essence of the iconic turn is in transition from the verbal way of transferring information to visual images.

Keywords: cultural turn, tools, iconic turn, shift, image, visual image, form, mediareality, standardization, replication.

References

1. Analiticheskij obzor № 21 «Ikonicheskiy povorot» v kul'ture i transformacii obrazovaniya / M. F. Gerbovickaja, N. D. Korchalova, A. A. Polonnikov. – Minsk: Belorusskij gosudarstvennyj universitet; Centr problem razvitija obrazovaniya GUU i IMR BGU, 2014. – 25 s. (In Russ.)

2. Bahmann-Medik D. Rezhimy tekstual'nosti v literaturovedenii i kul'turologii: vyzovy, granicy, perspektivy // NLO 2011, 107. / URL: //magazines.russ.ru (data obrashhenija: 07.12.2016). (In Russ.)

3. Bibihin V. V. Delo Hajdeggera // Vremja i bytie. Stat'i i vystuplenija. – M. : Respublika, 1993. – S. 3-14. (In Russ.)

4. Bezuglova N. P. «Kul'turnyj povorot» v zapadnoj kul'turologii // Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstva. – 2010. – № 6. – S. 21-27. (In Russ.)

5. Bezuglova N. P. Kul'tura kak jekonomicheskij fenomen (zachem jekonomike nuzhna kul'tura?) // Kul'tura i obrazovanie. – 2015. – № 2 (17). – S. 33-44. (In Russ.)

6. Ben'jamin V. Kratkaja istorija fotografii // Proizvedenie iskusstva v jepohu ego tehniceskoi vosproizvodimosti. Izbrannye jesse. – M., 1996. – S. 66-91. (In Russ.)

7. Byhovskaja I. M. «Social'noe» skvoz' prizmu «kul'turnogo»: v poiskah adekvatnoj optiki // Kul'tura i obrazovanie. – 2015. – № 2 (17). – S. 27-32. (In Russ.)

8. Ikonicheskiy povorot // Proektivnyj filosofskij slovar' / pod red. G. L. Tul'chinskogo, M. N. Jepshtejna. – SPb.: Aletejja, 2003. – S. 127-130. (In Russ.)
9. Kamper D. Vzgljad i nasilie, budushhee ochevidnosti // Za filosofiju fotografii. – SPb., 2008. – S. 102-108. (In Russ.)
10. Mitchell Uil'jam Dzh. T. Chego na samom dele hotjat kartinki? №94. 2015. // URL://moscowartmagazine.com/issue/1/article/60 (data obrashhenija: 05.12. 2016). (In Russ.)
11. Mosolova L. M. Kul'turologicheskiy podhod k izucheniju istorii i sovremennosti Kol'skogo Severa // Kul'turnye industrii Kol'skogo Severa: prolegomeny k issledovaniju: Kollektivnaja monografija. – SPb., 2012. – S. 5-15. (In Russ.)
12. Ocheretjannyj K. A. Zakat vsepronikajushhej jasnosti. Recenzija na knigu V. V. Savchuka «Mediafilosofija. Pristup real'nosti» // Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury. – 2013. – 2 (11). – S. 110-111. (In Russ.)
13. Rans'er Zh. Razdeljaja chuvstvennoe. – SPb.: Izd-vo Evrop. un-ta v S.-Peterburge, 2007. – 264 s. (In Russ.)
14. Savel'eva M. Ju. K voprosu o sushhnosti «kul'turalisticheskogo povorota» v filosofii // Fundamental'nye problemy kul'turologii. – SPb., 2008. – T. 1: Teorija kul'tury. – S. 47-54. (In Russ.)
15. Savchuk V. V. Mediafilosofija. Pristup real'nosti. – SPb.: Izd-vo RHGA, 2013. – 352 s. (In Russ.)
16. Fljusser V. Za filosofiju fotografii / per. s nem. G. Hajdarovoj. – SPb.: Izd-vo S. Peterb. un-ta, 2008. – 146 s. (In Russ.)
17. Hajdegger M. Povorot // Vremja i bytie. Stat'i i vystuplenija. – M., 1993. – S. 253-258. (In Russ.)

НИКИФОРОВА Саргылана Валентиновна – к. культурологии, доцент каф. культурологии ИЯКН СВ РФ СВФУ имени М. К. Аммосова.

E-mail: sv.nikiforova@s-vfu.ru

NIKIFOROVA Sargylana Valentinovna – Cultural Studies PhD, assistant professor of Cultural Studies of the North-Eastern Federal University named after M. K. Ammosov.

E-mail: sv.nikiforova@s-vfu.ru