

Человек и культура

Правильная ссылка на статью:

Кулемин А.Э. Подходы к анализу визуальной культуры: «чтение» и «зрение» // Человек и культура. 2025. № 2. DOI: 10.25136/2409-8744.2025.2.70921 EDN: PBQFHG URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=70921

Подходы к анализу визуальной культуры: «чтение» и «зрение»

Кулемин Артемий Эдуардович

ORCID: 0009-0003-8325-2819

аспирант, кафедра социологии и философии, Смоленский Государственный Университет
214000, Россия, Смоленская область, г. Смоленск, ул. Пржевальского, 4

✉ artjomkuljomin@gmail.com



[Статья из рубрики "Знак, слово, речь, язык"](#)

DOI:

10.25136/2409-8744.2025.2.70921

EDN:

PBQFHG

Дата направления статьи в редакцию:

01-06-2024

Аннотация: Статья посвящена описанию и противопоставлению культурологических подходов к восприятию и анализу феноменов визуальной культуры, основанных либо на «чтении» визуального как некоторого текста, либо же на особом опыте его «видимости», принципиально отличном от опыта «чтения» (что обозначается в статье как «десемиотический» подход). Первый подход реализуется в рамках семиотики, где визуальное рассматривается действительно как текст, система знаков или даже языков, который поддается анализу через интерпретацию, поиск и вычленение значения и смысла. Второй подход возникает под влиянием постструктураллистской критики семиотики, интереса к тому, что «скрывается за структурами» и не поддается семиотическому чтению: визуальное здесь рассматривается как ускользающий от фиксированного значения особый аффектирующий опыт. Для анализа, раскрытия и противопоставления выбранных культурологических подходов в статье используется сравнительно-типологический метод. Рассмотрены основные теоретические аспекты семиотического подхода к анализу визуального на основе работы Р. Барта «Риторика образа», а также основанные на данной методологии направления: визуальная семиотика и визуальная риторика. Даны краткая характеристика «десемиотического»

подхода: утверждается отличие визуального от языка и текста, семиотический подход подвергается критике за ограниченность и некоторую неполноту. Фокус внимания смещается на иное, непосредственное, чувственное, аффективное восприятие визуального, либо же на спектр социальных эффектов, которые оно производит: его культурные и политические функции, способность являться культурной презентацией, конструировать отношения с воспринимающим субъектом. Подход представлен на примере работ таких исследователей, как У. Митчелл, Д. Элкинс, Х. У. Гумбрехт, Н. Мирзоевф, И. Рогофф.

Ключевые слова:

визуальная культура, визуальные исследования, визуальная семиотика, визуальная риторика, десемиотизация, изображение, образ, визуальное, визуальный поворот, интерпретация

Введение

В конце XX века, в связи с технологическим развитием производства и распространением «образных миров» (телевидения, цифровых медиа, интернета), в культурологических работах прослеживается рост внимания к сфере «визуального». Основные направления таких исследований включают обсуждение вопросов о том, что изображения и образы могут означать в действительности, как они функционируют и взаимодействуют с человеком, формируют и определяют его жизнь [\[1-2\]](#). В 1990-е годы эти тенденции привели к переосмыслению всей концепции изображения, которое многими исследователями [\[3-4\]](#) было обозначено как «визуальный поворот» — некоторое нарушение устоявшихся отношений визуального и вербального в общественной жизни в пользу визуального [\[5\]](#). Визуальный поворот открыл новые теоретические перспективы для размышлений над природой изображений, которые до этого изучались преимущественно с эстетической и искусствоведческой точек зрения, либо рассматривались как сугубо когнитивные явления.

Визуальный поворот встраивается в череду «культурных поворотов» [\[6, с.7\]](#), можно сказать, что он сопоставляется, или даже полемизирует с логикой поворота «лингвистического» [\[7, с. 3\]](#): образ переосмысливается как самостоятельная система, точно так же как переосмыслился язык. Считается, что в парадигме лингвистического поворота вербальное представляет из себя более «совершенную, рациональную, объективно-фактическую коммуникативную» [\[8, с. 304\]](#) систему нежели «интуитивное, эмоциональное, обманчивое» [\[8, с. 304\]](#) визуальное; в парадигме же визуального поворота данный подход критически осмысливается. Здесь ясно прослеживается проблематика восприятия визуального: можно ли его как сходную с языком структуру, к которой применимо «чтение», либо же они принципиально отличны друг от друга, и к визуальному скорее применимо «зрение», его видимость. Целью данной статьи является анализ, раскрытие и противопоставление основных культурологических подходов в рамках этих двух классификаций.

Визуальное как язык

С середины XX века для искусствоведческих исследований и зарождающихся исследований визуальной культуры прежде всего был характерен семиотический анализ

изображений (в частности, объектов искусства), нацеленный на поиск «смысла» произведений, анализ контекста, в котором они были созданы. В русле лингвистического поворота визуальное рассматривалось как текст, система знаков или даже язык, который можно анализировать теми же методами, что и в лингвистике; основной же целью анализа являлась интерпретация, поиск и вычленение значения. К визуальному применялась метафора «чтения». Такая оптика подразумевала изначальную возможность наличия какого-либо значения вне наблюдателя: либо в самом изображении как в объекте, либо в его социальных кодах.

Подход остается актуальным и распространенным и после «визуального поворота». Он наследует теориям Ф. Соссюра [\[9\]](#) и Ч. Пирса [\[10\]](#) в области семиотики, а одной из ключевых, повлиявших именно на исследования визуального работ является статья Р. Барта «Риторика образа», в которой автор демонстрировал, как изображения можно читать и интерпретировать на примере рекламного плаката [\[11, с. 297-318\]](#).

Р. Барт обозначил несколько уровней значений изображения. Денотативный уровень – это то, что мы можем непосредственно наблюдать в изображении без какого-либо контекста или предварительных знаний; прямое, буквальное значение увиденного. Однако, существует также коннотативный уровень: скрытое, неочевидное значение, срабатывающее за счет ассоциаций, эмоций, аффектов или культурных кодов, отражающее идеологию и ценности производителя и потребителя изображения. Данная классификация существенно повлияла на методологию анализа визуального: основной задачей анализа изображения в рамках семиотического подхода стала расшифровка сложной, скрытой риторической структуры визуальных «текстов». Визуальные образы стали рассматриваться как источник мощного влияния на «бессознательные формы визуального мышления, которые неумолимо направляют интерпретационные способности ума» [\[12, с. 134\]](#).

В конце 1980-х годов возникает отдельное направление семиотики – визуальная семиотика. Оно основывается на работах Р. Барта и более традиционной семиотической методологии, но также пересекается и с наработками в области антропологии и психологии: исследованиями визуальной коммуникации, визуального мышления и мысленных образов. Среди первых представителей этого направления можно отметить М. Сантаэлла-Брага [\[13, с. 59-78\]](#), Ф. Сен-Мартена [\[14\]](#), Г. Сонессона [\[15\]](#).

В рамках визуальной семиотики изображения рассматриваются как сложная семиотическая форма, сконструированная путем объединения малых знаковых элементов, например – цветов, форм или текстур. Однако изображение как текст интерпретируется не только как сумма отдельных значений его составных частей, сложенных вместе, но и целостно и единообразно, как отдельная структура. При этом составные элементы направляют или ограничивают целостную интерпретацию изображения, вносят свои оттенки значения: при их обработке возникает внутренняя «бимодальность» [\[16\]](#), при которой отдельные элементы составляют общий текст благодаря синтаксической связи. Показать, как эта бимодальность работает в визуальных текстах, – одна из центральных задач визуальной семиотики.

Следующей областью исследования, основанной на семиотической методологии, является визуальная риторика. Если семиотика фокусируется непосредственно на знаках (некоторых формах, имеющих определенное значение), то риторика – на том, как язык и речь могут быть использованы в целях убеждения или определенного воздействия. В области визуального это касается коммуникативной и убедительной силы изображений и

образов. Визуальная риторика, таким образом, исследует риторические структуры визуальных «текстов», их эмоциональное и когнитивное влияние на человека, механизмы возникновения или создания этических, социальных, политических и идеологических контекстов с их помощью [\[1, с. 141\]](#).

Ключевыми авторами в этой области являются Д. Блейксли и К. Брук [\[17\]](#), Л. Оделл и С. Кац [\[18\]](#), С. Фосс [\[1, с. 127\]](#). Исследования в рамках визуальной риторики обычно сосредотачиваются на одной из трёх областей: природе, функции или оценке визуального артефакта. Рассматриваются реальные и предполагаемые компоненты, качества и характеристики объекта, а также аспект его коммуникативного воздействия на аудиторию.

Визуальное как особый опыт

Параллельно существовала стратегия, противоположная семиотической, в которой подчеркивалось принципиальное различие между визуальным и языком. Здесь взаимодействие с визуальным предстает особым, специфическим переживанием. Такое смещение оптики происходило, во многом, под влиянием постструктуралистского интереса к тому, что «скрывается за структурами» и не поддается семиотическому чтению [\[8\]](#).

В русле искусствоведения следы этой логики намечаются еще с 1960-х годов: в частности, уже в известном эссе С. Сонтаг «Против интерпретации» [\[19\]](#) подчеркивается важность сосредоточения на формах и стиле искусства вместо фокуса на его содержании или скрытом значении. По мнению С. Сонтаг, изображения принципиально отличаются от языка, поскольку они ничего не «означают». К концу XX века переход к некоторой «десемиотизации» визуального, проба отказа от парадигмы лингвистического поворота распространяется все активнее. Исследователи визуального смещают фокус внимания на невозможность тотального «прочтения» визуального, к областям выхода за рамки возможностей семиотической интерпретации. Метафора «чтения» в данном случае заменяется метафорой «зрения» [\[6, с. 417\]](#), где подчеркивается акцент на восприятии и чувственности.

Так, У. Митчелл утверждает, что визуальное следует рассматривать независимо от языка – как нечто ускользающее от нашей лингвистической способности описывать или интерпретировать [\[20, с. 11\]](#). Слова и образы, несмотря на их тесную связь и переплетение, все же представляют собой отдельные порядки знания, которые нельзя приравнивать друг к другу. «Изображения сами по себе могут быть площадками теоретического дискурса, а не просто пассивными объектами, ожидающими объяснения со стороны какого-либо основного дискурса» – отмечает У. Митчелл. «Например, в отношении приручающих тенденций семиотики с ее таксономией знаков и знаковых функций мне нравится думать об образе как о “диком знаке”, означающей сущности, способной подорвать значение, открыть царство абсурда, безумия, случайности, анархии и даже самой “природы” посреди культурного лабиринта “второй природы”, который люди создают вокруг себя» [\[21\]](#).

Семиотику образов У. Митчелл считает ограниченной, поскольку она не охватывает всего потенциала эмоционального воздействия, выстраивается по аналогии с языком и полагается на расшифровку и декодирование. По его мнению, в будущем размышление с помощью образов окажется столь же ценным, сколь мышление над образами [\[6, с. 394\]](#).

В схожем ключе подчеркивает неполноценность семиотического подхода Д. Элкинс, указывая на субъективный, чувственный характер изображений вне зависимости от их изначального назначения. Даже сугубо репрезентативные визуальные объекты (к примеру, научные иллюстрации) несут в себе нечто большее, чем просто репрезентативное значение: ценностью и интересом также обладают и их перцептивный статус, влияние на наш оптический опыт, эстетические качества и аффективность [\[22, с. 104\]](#).

В наиболее радикальной форме теории, претендующие на доступ к «реальному», утверждают, что восприятие позволяет нам «познавать» мир способом, который может обойти функцию языка. Так, философ и литературный теоретик Г.У. Гумбрехт утверждает, что настойчивые попытки «чтения» окружающего нас мира – его понимание как состоящей исключительно из знаков системы – в некотором роде ослепляют нас [\[23\]](#). Он сравнивает измерение интерпретации с измерением «присутствия», в котором культурные явления и культурные события становятся осозаемыми и оказывают влияние на наши чувства и тела. Г.У. Гумбрехт ставит под сомнение универсальность «культуры смысла», «гегемонии» интерпретации как эпистемологической парадигмы, подчеркивая, что она возникла лишь в Новое время. Он противопоставляет ей существовавшие до этого «культуры присутствия», например, досократовские или средневековые.

В то время как У. Митчелл и Д. Элкинс обращают внимание на физический статус визуальных объектов, их способность создавать аффекты, их природу и структуру, Н. Мирзоев фокусируется на культурных и политических функциях, идеологическом потенциале визуальных артефактов [\[24, с. 125\]](#). Он рассматривает изображение как культурную репрезентацию, важность которой заключается как в содержании, которым оно наделено, так и в его внутренней природе. По его глубокому убеждению, изображение следует изучать не только ради него самого, но и ради того спектра социальных эффектов, которые оно способно произвести.

В том же ключе И. Рогофф смещает фокус с исследования визуального объекта на воспринимающего субъекта и возникающих при этом отношениях. И. Рогофф концентрируется на таких свойствах визуального, как способность доставлять удовольствие и неудовольствие, определять потребление, опосредовать властные отношения. Интерес представляют вопросы «кого мы видим и кого не видим; кто находится в привилегированном положении в рамках режима спекулярности; какие аспекты исторического прошлого действительно имеют циркулирующие визуальные репрезентации, а какие нет; кому принадлежат фантазии о том, что подпитывается определенными визуальными образами» [\[25, с. 20\]](#). Такой подход к визуальным исследованиям предполагает, что каждая интерпретация различается в зависимости от субъектной позиции человека относительно изображения.

Заключение

На практике мы сталкиваемся со спектром различных подходов к анализу визуального, в которых оно рассматривается и как язык, и как особая система. Несмотря на противоречия, подходы не обязательно обязательно противопоставляться, на что указывают многие исследователи. Так, Д. Бахманн-Медик подчеркивает эффективность полифоничной модели множества «наук об образах» [\[6, с. 412\]](#) вместо одной, единой, всеобъемлющей науки. На тот же подход указывает и У. Митчелл, для которого изучение визуального предполагает «беспорядочное собрание идей, древних, современных и постмодернистских, бриколаж методов, рамок и вопросов» [\[26, с. 268\]](#). Семиотическая и

«десемиотическая» стратегии, таким образом, могут своеобразно синтезироваться.

Библиография

1. Patton, T. O. Visual Rhetoric. Handbook of Visual Communication Theory, Methods, and Media. New York: Routledge, 2020. 518 р.
2. Мирзоев, Н. Как смотреть на мир. М.: Музей современного искусства «Гараж», 2019. 344 с.
3. Mitchell, W. Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago: The University of Chicago Press, 1994. 462 р.
4. Boehm, G. Die Wiederkehr der Bilder: Was ist ein Bild? München: Wilhelm Fink Verlag, 1994. 458 с.
5. Маслов В.М. Философия визуального поворота: от теории к практике // Философская мысль. 2019. № 12. С. 39-56. DOI: 10.25136/2409-8728.2019.12.31335 URL: https://e-notabene.ru/fr/article_31335.html
6. Бахманн-Медик, Д. Культурные повороты. Новые ориентиры в науках о культуре. М.: Новое литературное обозрение, 2017. 504 с.
7. Rorty, R. The Linguistic Turn: Essays in Philosophical Method. Chicago: The University of Chicago Press, 1992. 416 р.
8. Веселкова Н. В. Методологические ориентиры визуальных исследований // Документ. Архив. История. Современность. Вып. 17. Екатеринбург: Урал. ун-та, 2017. С. 303-323.
9. Соссюр, Ф. Курс общей лингвистики. М.: Ленанд, 2023. 256 с.
10. Пирс, Ч. Избранные философские произведения. М.: Логос, 2000. 412 с.
11. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. М.: Поэтика, 1994. С. 297-318.
12. Bachand, D. The art of (in) advertising: From poetry to prophecy. Montreal: Guernica, 1994. Pp. 133-150.
13. Santaella-Braga, M. L. For a classification of visual signs // Semiotica, № 70, 1988. Pp. 59-78.
14. Saint-Martin, F. Semiotics of visual language. Bloomington: Indiana University Press, 1990. 276 р.
15. Sonesson, G. Pictorial concepts: Inquiries into the semiotic heritage and its relevance for the analysis of the visual world. Lund, Sweden: Lund University Press, 1989. 369 р.
16. Danesi, M. Visual Rhetoric and Semiotic. Oxford Research Encyclopedia of Communication, 2017. URL: <https://bartelswrt105.weebly.com/uploads/1/2/0/1/120154901/danesi.pdf> (дата обращения: 29.04.2024)
17. Blakesley, D. Brooke, C. Introduction: Notes on Visual Rhetoric. Enculturation.net, 2001. URL: https://enculturation.net/3_2/introworksited.html (дата обращения: 08.05.2024)
18. Odell, L. Katz, S. Writing in a Visual Age. Boston: Bedford/St. Martin's, 2005. 752 р.
19. Сонтаг, С. Против интерпретации и другие эссе. М.: Ад Маргинем, 2024. 368 с.
20. Curtis, N. The Pictorial Turn. London: Routledge, 1992. 256 р.
21. Mitchell, W. What do pictures want? Interview. Center for Visual Studies. URL: <https://visual-studies.com/interviews/mitchell.html> (дата обращения: 10.05.2024)
22. Elkins, J. Visual studies: a skeptical introduction. London: Routledge, 2003. 240 р.
23. Гумбрехт Х.У. Производство присутствия: Чего не может передать значение. М.: Новое литературное обозрение, 2006. 184 с.
24. Mirzoeff, N. An Introduction to Visual Culture. London: Routledge, 2023. 328 р.
25. Rogoff, I. Studying Visual Culture. The Visual Culture Reader. 3rd Edition. London: Routledge, 2012. P. 24-36.
26. Purgar, K. W.J.T. Mitchell's Image Theory Living Pictures. New York: Routledge, 2016. 268 р.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

В журнал «Философия и культура» автор представил свою статью «Подходы к анализу визуальной культуры: «чтение» и «зрение»», в которой проведено исследование подходов к трактованию сферы визуального в культурологии.

Автор исходит в изучении данного вопроса из того, что в конце XX века в связи с технологическим развитием производства и распространением «образных миров» в культурологических работах прослеживается рост внимания к сфере «визуального». Визуальный поворот встраивается в череду «культурных поворотов», сопоставляется и даже полемизирует с логикой поворота «лингвистического»: образ переосмысляется как самостоятельная система, точно так же как переосмыслялся язык. Как отмечает автор, в парадигме лингвистического поворота вербальное представляет из себя более «совершенную, рациональную, объективно-фактичную коммуникативную» систему нежели «интуитивное, эмоциональное, обманчивое» визуальное; в парадигме же визуального поворота данный подход критически осмысляется.

Целью данной статьи является анализ, раскрытие и противопоставление основных культурологических подходов в рамках проблематики восприятия визуального: можно ли его интерпретировать как сходную с языком структуру, к которой применимо «чтение», либо же они принципиально отличны друг от друга, и к визуальному скорее применимо «зрение», его видимость.

Методологической базой является комплексный подход, включающий в себя как общенаучные методы анализа и синтеза, систематизации, а также философский и контент-анализ. Теоретическим обоснованием автору послужили труды таких исследователей как Ф. Соссюр, Р. Барт, Ч. Пирс, С. Сонтаг, У. Митчелл, Д. Бахманн-Медик и др.

По результатам анализа научной разработанности проблематики автором отмечено, что основные направления исследований в рамках изучаемой проблематики включают обсуждение вопросов о том, что изображения и образы могут означать в действительности, как они функционируют и взаимодействуют с человеком, формируют и определяют его жизнь.

Автор определяет исследования 1990-х годов как период переосмысления всей концепции изображения, которое многими исследователями было обозначено как «визуальный поворот» — некоторое нарушение устоявшихся отношений визуального и вербального в общественной жизни в пользу визуального. Визуальный поворот открыл новые теоретические перспективы для размышлений над природой изображений, которые до этого изучались преимущественно с эстетической и искусствоведческой точек зрения, либо рассматривались как сугубо когнитивные явления.

Для достижения цели исследования автором изучены две основные концепции восприятия визуального: семиотическая, в которой любой образ воспринимается как текст, нуждающийся в осмыслении и толковании, и «десемиотическая», в которой ключевым считался субъективный, чувственный характер изображений вне зависимости от их изначального назначения.

Семиотическая концепция строится на положениях теорий Ф. де Соссюра, Ч. Пирса и Р. Барта. В рамках данной концепции любой визуальный артефакт определяется как многослойная знаковая система.

В противоположность указанного подхода «десемиотическая» концепция,

поддерживаемая С. Сонтагом, У. Митчеллом и Д. Элкинсом, подчеркивает важность сосредоточения на формах и стиле искусства вместо фокуса на его содержании или скрытом значении.

Помимо указанных концепций автор отмечает существование синтеза теорий, в котором изображение представляет собой культурную презентацию, важность которой заключается как в содержании, которым оно наделено, так и в его внутренней природе. В заключении автором представлен вывод, содержащий основные положения проведенного исследования.

Представляется, что автор в своем материале затронул актуальные и интересные для современного социогуманитарного знания вопросы, избрав для анализа тему, рассмотрение которой в научно-исследовательском дискурсе повлечет определенные изменения в сложившихся подходах и направлениях анализа проблемы, затрагиваемой в представленной статье.

Полученные результаты позволяют утверждать, что изучение культурологических подходов к изучению восприятия визуальной культуры представляет несомненный теоретический и практический интерес и может служить источником дальнейших исследований.

Представленный в работе материал имеет довольно четкую, логически выстроенную структуру, способствующую полноценному усвоению материала. Этому способствует и адекватный выбор методологической базы. Библиографический список исследования состоит из 26 источников, в том числе и иностранных, что является достаточным для обобщения и анализа научного дискурса по исследуемой проблематике.

Автор выполнил поставленную цель, получил определенные научные результаты, позволившие обобщить материал. Следует констатировать: статья может представлять интерес для читателей и заслуживает того, чтобы претендовать на опубликование в авторитетном научном издании.