

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ УЧЕБНОЙ И
НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ РАБОТЫ**

ЦЕНТР ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ БГУ

**Аналитический обзор № 21
«Иконический поворот» в культуре и
трансформации образования»**

МИНСК – 2014

Аналитику осуществили сотрудники Центра проблем развития образования
ГУУиНМР БГУ:

- Гербовицкая М. Ф., научный сотрудник ЦПРО ГУУиНМР БГУ
- Корчалова Н. Д., методист высш. квал. кат. ЦПРО ГУУиНМР БГУ
- Полонников А. А., зам. директора ЦПРО ГУУиНМР БГУ

Телефон для связи с Центром: 209-59-65; e-mail: edc-bsu@bsu.by

Аналитический обзор № 21

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
I «Иконический поворот» в контексте культуры и в контексте человеческого существования	4
I.1 «Иконический поворот» как культурная инновация	4
I.2 Новые феномены человеческого существования.....	5
I.2.1 Квалификации «визуального»	5
I.2.2 Визуальное знание	8
I.2.3 Визуальная риторика	13
II «Иконический поворот» и образование	17
II.1 Социологические и культурологические редакции «иконического поворота»	17
II.2 Образовательные редакции «иконического поворота».....	19
Библиография	23

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Данный обзор представляет собой анализ дискурса гуманитарных наук, ориентированных на изучение образовательных отношений. Предметом анализа выступает рецепция науками об образовании культурной инновации, именуемой «иконическим поворотом». В обзоре представлены в том числе высказывания отечественных и зарубежных ученых, их статьи и монографии, не связанные прямо с образовательными исследованиями. В этом случае критерием привлечения этих работ в обзор выступала конститутивная роль привлекаемых публикаций для конституирования поиска в области проблем образования.

«Иконический поворот» в первом разделе рассматривается как фундаментальный культурный сдвиг, экзистенциальное событие, изменившее процесс и механизмы человеческой социализации, вызвавшее к жизни новые феномены человеческого существования и кризис сложившихся форм социальных отношений. Значительное внимание в этой части обзора уделяется «визуальному знанию» и «визуальной риторике», создающим в культурно-образовательном пространстве проблемно-конфликтную ситуацию, вызывающую к новому самоопределению образования.

Во втором разделе, посвященном рецепции образованием новой культурной ситуации, обусловленной «диктатурой образа», «иконический поворот» рассматривается как социальная конвенция, обстоятельства перезаключения которой составляют драму действующих педагогических отношений. Обосновывается предположение, согласно которому сложившиеся формы образовательного производства выступают главным препятствием на пути установления динамического соответствия между современной культурой и образованием.

I «Иконический поворот» в контексте культуры и в контексте человеческого существования

I.1 «Иконический поворот» как культурная инновация

В конце XX века американский культуролог У. Митчелл (W.J. Mitchell) в своей работе «Теория образа: очерки вербальной и визуальной репрезентаций» (*Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation*) зафиксировал фундаментальное культурное изменение, названное «иконическим поворотом». Последний соотносился с утверждением в культуре «постлингвистического и постсемиотического господства образов», вступающих в сложное взаимодействие (*complex interplay*) с техникой, институтами, дискурсами, телами, различными социальными организованностями [Mitchell, 1994, p. 16]. Немного позднее, идя по пути драматизации ситуации, Митчелл представил ее как борьбу за господство между изображениями и языковыми знаками, в которой и те и другие претендуют на привилегированный доступ к «природе» вещей [Mitchell, 1997, p. 43]. Действия текстуальных и визуальных форм по отношению друг к другу ученый трактовал в терминах «подрывной деятельности». Для Митчелла слова и изображения не просто два способа репрезентации, а, скорее, две жизненные стратегии, апеллирующие к разным тропам культурного самоопределения. В «Теории образа» различия между изображением и языком не являются чисто формальным вопросом, они отсылают культурного актора к гетерономным практическим условиям, обозначаемым в одних случаях словом «говорить», а в других — «показывать», в одних опираться на «слухи», а в других — на показания «очевидцев», то есть, указывающие на несовпадающие режимы функционирования опыта. В целом напряженность в отношениях между визуальными и вербальными представлениями в трактовке Митчелла неотделимы от борьбы в культурной политике и политической культуры.

В последующих разработках визуальной теории ученый «анимировал» изображения, выделяя в их функционировании семиотические и витальные составляющие. Последние, считал Митчелл, не свидетельствуют о мистификации, а опираются на наблюдения за поведением людей, которые реагируют на изображения так, как если бы они были живыми существами. В своей работе «Чего хотят изображения? Жизнь и любовь изображений» (*What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*) 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, а, с другой, в сохранении по отношению к нему трезвой, скептической и критической позиции» [Mitchell, 2005, p. 7]. Это парадоксальное обстоятельство позволило ученому в новом жизненном контексте отредактировать такие культурные объекты как «идолы», «фетиши», «тотемы» [там же, pp. 160–174]. С помощью, например, таких терминов как «иконоборчество» и «идолопоклонство» Митчелл сумел прояснить природу таких социальных явлений как терроризм и колониальная политика [там же, pp. 127; 145].

Ученые, солидарные с идеей «иконического поворота» (часто они называют себя «исследователями визуальности»), фиксируют радикальные изменения в современной культурной морфологии — ее насыщении (и даже перенасыщении!) информацией и образными элементами¹. Визуальность, считают они, становится измерением наших

¹ Ж. Бодрийяр пишет по этому поводу следующее: «В нашей эклектической культуре, которая соответствует разложению и скученности других культур, ничто не является неприемлемым. Именно поэтому возрастает отвращение, желание низвергнуть эту скученность, это безразличие к худшему, эту вязкость противоречий. И в той же мере возрастает отвращение, вызванное отсутствием отвращения. В этом — аллергический соблазн отбросить все разом — постепенную интоксикацию и переизбыток, толерантность, шантаж угрозой разброда и шатаний. И вовсе не случайно так остро встает вопрос об иммунитете, антителах,

действий. Это измерение вездесуще, оно проникает в описания физических условий, в наши переживания², интеллектуальное поведение. Даже «субъектность часто выражает себя чисто визуально, при помощи изобразительных средств конструируется идентичность и социальный мир» [Konecki, 2012, s. 12].

I.2 Новые феномены человеческого существования

I.2.1 Квалификации «визуального»

Благодаря Интернету и прогрессирующему развитию технических устройств и связанных с ними семиотических кодов, мы сталкиваемся сегодня с новыми феноменами индивидуального и группового существования, которые, как заключает психолог А.Е. Войскунский, не имеют исторических аналогов. Речь идет, например, об управлении самопредставлением, которое включает «конструирование сразу нескольких презентаций самого/самой себя – несовпадающих (альтернативных) идентичностей в виде, например, разных аккаунтов в социальной сети» [Войскунский, 2013, с. 25]. При этом матрицы сетевых персональных имиджей³ имеют внеиндивидуальную природу, они активно создаются и тиражируются в сетях facebook, «В контакте», «Одноклассниками», «Twitter» и пр., обеспечивая тем самым воспроизводство новых социальных типов и образов взаимодействия. Это обстоятельство не исключает и рождения беспрецедентных форм социальности, продуцируемых электронными технологиями. На это указывает все тот же Войскунский, говоря, в частности, о том, что «при использовании блогов и социальных сетей трансформируется и становится многозначным понятие о дружбе: наряду с традиционной дружбой развивается представление о друзьях френдах или друзьях фолловерах, которых может быть много или очень много (тысячи), с которыми необязательно знакомиться, с которыми впоследствии несложно и не жалко расстаться (“отфрендить”))» [там же, с. 25].

«Сегодняшние студенты, пишет Марк Пренски (M. Prensky), не просто *постепенно* изменились по сравнению со студентами прошлых лет, не только изменили свой сленг, одежду, стиль, как это происходило между представителями предшествующих поколений. В действительности произошел глубокий разрыв. Кто-то может даже назвать это «особой точкой» (singularity) – событием, которое столь фундаментально меняет положение вещей, что возвращение к прежнему порядку абсолютно невозможно. Этой так называемой «особой точкой» является наступление и стремительное распространение цифровых технологий в последние десятилетия 20 века» [Prensky, 2001]. По мнению этого исследователя, существует межпоколенный разрыв между поколением книжной и цифровой культур, обусловленный возникшими недавно условиями киберсоциализации. В результате становится проблематичным межпоколенный диалог преподавателей и студентов, а результаты и эффекты образования теряют качество гарантированности.

Новые феномены человеческого существования фиксирует в своих исследованиях британский социолог Л. Чулиораки. Она отмечает, что телевидение устанавливает новый тип связи между зрителем и отдаленным «иным» [Chouliaraki, 2008, s. 309]. Эта связь реализуется в двух версиях: дистопической и утопической.

трансплантации и отторжении. На стадии скудости мы стремимся все поглощать и усваивать. На стадии же избытка встает проблема отторжения и отбрасывания. Всеобщая коммуникация и перенасыщение информацией представляют угрозу для защитных свойств человеческого организма. Это символическое интеллектуальное пространство, где рождаются суждения, не защищено более ничем» [Бодрийяр, 2000, с. 109].

² Утверждается, в частности, что современная сексуальная реакция стала в своей основе вуайеристской [Греков, 2010, с. 55], а порноиндустрия стала важнейшим фактором формирования современной сексуальной культуры [Уильямс, 2003].

³ В современных визуальных исследованиях принято выделять такую образную форму как «имидж», подчеркивая тем самым его сознательную делаемость. Кристаллизацией имиджа в этом случае считают «икону», претендующую на общий стандарт и канон [Сарна, 2012, с. 143].

Дистопическая – версия пессимизма – разрушение аутентичности отношений зрителя и события, экспонируемого телесобщением. «Монтаж, звуковая дорожка, повторы либо ускорения позволяют вызвать у зрителей чувство дистанции к данному событию, а возможность смены канала или выключения приемника дает зрителю ощущение контроля над тем, что он смотрит» [там же, s. 310]. Кроме этого, как считают сторонники этой версии, нельзя не учитывать фактор домашних условий, который отрезает внешний контекст и отодвигает его от контекста зрителя (физического и психического). Так возникает отношение неаутентичности реальности, ослабление чувства реальности.

Утопическая – версия оптимизма апеллирует к прочности связи телесобщения и зрителя. Согласно ей телевидение вводит зрителя в широкий круг сообщества иных зрителей, приобщенных как и он к экрану. То есть общность зрителей формируется не тематически, через содержание сообщения, а действительно – координацией поведения [там же, s. 311]. Это сообщение не сближает эмоционально зрителей и персонажей события, а создает сообщество зрителей. В то же время утверждается, что приобщение к жизни «иных» расширяет опыт зрителя, представляя его как область его потенциального действия. В целом, отмечает автор, технология связывает, но не ясно кого, как и с кем... и «контакт с образами “иных” посредством технологий не вызывает автоматически чувство этической ответственности, равно как и сам просмотр не создает сам по себе «демократическую публичность» [там же, s. 312].

Следует указать, что, следуя критической традиции, Чулиараки рассматривает медиасообщение как форму (стратегию) реализации власти. Она обращается к термину «порядок значений» (*regime of meaning*), означающий «замкнутое поле связи значений, обнаруживающее регулярность и повторяемость их связей, а также вызывающее определенные следствия на полюсе форм идентичности и знаний» [там же, s. 314].

Анализируя новые феномены человеческого существования, Чулиораки связывает их с техническим обусловливанием. Так, например, влияние техники в плане производства сочувствия может строиться по-разному: в одном случае телекамера действует аналогично восприятию случайного свидетеля, наблюдающего, например, хаос, смятение, вызывает у телезрителя ощущение причастности к происходящему. В другом – используются различные приемы техники кино, вызывая у зрителя эстетическую и иногда аналитическую позицию. Чулиараки описывает явление «страданий как спектакля». Она утверждала, что СМИ приводят не только к тому, что мы отстраненно смотрим на трагедии других, но и к тому, что мы эстетически наслаждаемся картинками катастроф. СМИ превратились для нас в глобальную гладиаторскую арену.

Особое место в исследованиях Л. Чулиораки, занимает вопрос о сопротивлении визуальному воздействию, которое, по ее мнению, должно включать анализ технологий создания значений. Автор выделяет гипермедиальные и иммедиальные технологии. *Гипермедиальные* – связаны с производством однозначных образов, заменяющих материальную реальность образов и текстов. *Иммедиальные* – связанные с асимметрией сообщения, например, показыванием нескольких позиций: жертв землетрясения и действий спасателей.

Такого рода различие позволяет ей рассматривать действие телесобщения в двух планах: как технологию производства значения и как производство социальных зрительских отношений [Chouliaraki, 2008, s. 315].

Последовательное проведение в жизнь семиотической точки зрения опирается на формулу Деррида, согласно которой различие не является социальной категорией (различием между людьми), а системной (разницей в знаковых системах). Знак не разделяется на внешнюю сторону (знак) и внутреннюю (репрезентацию). Сам знак (образ) является семиотическим кодом, а значит, подлежит самостоятельному анализу [там же, s. 316]. Отсюда в анализе возникает значимость рассмотрения формы, создающей значение. Это положение проблематизирует традицию рассмотрения превосходства слова

над образом. «Деррида считает оральность и визуальность разными, но паритетными в своей сложности семиотическим кодами, а отношения между ними фундаментальными для описания процесса создания значения» [там же, s. 316].

Л. Чулиораки описывает метод мультимодального анализа производства телесообщения. Ею выделяются три аналитически значимых аспекта этого производства: **способ презентации, вербально-визуальная согласованность и эстетическая ценность сообщения** [там же, s. 318].

Способ презентации предполагает выяснение характера локализации события, а также форму нарративного «реализма», реализуемый в трех вариантах: «перцептивный реализм», «идеологический реализм», «психологический реализм». «Перцептивный реализм» апеллирует к эмоциям, выступая как «категорический реализм». Апелляция к мировоззренческим убеждениям выступает как «идеологический реализм», который, будучи обращенным к нашей моральной и эмоциональной чувствительности, становится «психологическим реализмом».

Вербально-визуальная согласованность нуждается в анализе соответствия типа знаковой формы (индекс, икона, символ)⁴ и языка сообщения.

Автор обращает внимание на такие *визуальные аспекты* как:

- вид визуальной репрезентации (графика, снимки, архивный материал, прямая трансляция);
- статичность/динамичность, сложность (компьютерная карта);
- наличие письменного текста и его соотношенность с образом, функция письменного текста (иллюстрация, дополнение, декорация);
- в случае использования съемки
 - точка зрения (с высоты птичьего полета, на дистанции, на контактном расстоянии),
 - угол (сзади, в профиль, прямо),
 - рамка (позиции участников).
- направление движения участников [Chouliaraki, 2008, ss. 320–321].

Ею отмечается, что анализ *визуальных аспектов* дает информацию о степени аутентичности сообщения. Но не только. Анализ вербальных аспектов позволяет обнаружить то чувство реальности, которое сообщение стремится вызвать у зрителя. Ею описываются следующие регулятивные функции речи в отношении образов: их связывание (организация времени и пространства, присоединение и исключение, перемещение на передний план и фоновый, оправдание либо обоснование).

Эстетическая ценность сообщения

Эстетическая ценность телевизионных сообщений является результатом способа презентации, а также продуктом того отношения, которое текст сообщения устанавливает между языком и образом. Это общий семиотический эффект. Аффективный потенциал зрителя мобилизуется в форме симпатии или антипатии. Он не связан с потенциалом идентификации, а фабрикуется при помощи той или иной версии нарративного реализма. «...анализ мультимодальности телесообщения имеет своей целью идентификацию процесса, в котором конкретная репрезентацияартикулирует «универсальные» социальные ценности, ценности, соединяющие чувства зрителя с пространством социального действия и с потребностью что-нибудь сделать в отношении наблюдаемого» [там же, s. 325].

⁴ 1) знаки-иконы (icon), изобразительные знаки, в которых означаемое и означающее связаны меж собой по подобию; 2) знаки-индексы (index), в которых означаемое и означающее связаны меж собой по расположенности во времени и/или пространстве; 3) знаки-символы (symbol), в которых означаемое и означающее связаны меж собой в рамках некоторой конвенции, то есть как бы по предварительной договоренности. Национальные языки — примеры таких конвенций.

Автор обсуждает различия, связанные не с особенностями семиотики, а с многофункциональностью медиации. Эти различия, хотя они и могут быть обнаружены с помощью текстов, связаны с обстоятельствами, лежащими вне семиотики. Речь идет о связи процессов наделения смыслом и власти. «Значение реализует право на истину с позиции той власти, которую выражает» [там же, s. 326]. Сама асимметрия власти, вписанная в социальные отношения просмотра телевидения, не выступая причиной хозяйственно-политических разделов мира, в полной мере их отражает.

Выделено несколько базовых функций телесемиозиса:

1. Именованье и представление мира – идеативная функция.
2. Интеракции и социального отождествления – интерперсональная функция.
3. Распознавания (как связного и понятного) – связывание языка и образа [там же, s. 327].

1.2.2 Визуальное знание

Рост культурного значения образа ведет к изменению порядка циркуляции информации. По мнению ряда ученых, современная культура упорядочивается симультанной, а не сукцессивной формой нарратива, а знание перестает быть приватной собственностью индивидов, обнаруживая себя как момент коммуникативной власти и рецептивных отношений. «Отбор определенных содержаний массовой культуры (связанных с рок- или диско-музыкой или сериалами ТВ) имеет чаще групповой, чем индивидуальный характер. С одной стороны, программы просматриваются обычно в группе (в частности семейной), а с другой, их содержание становится основанием широких устных социальных взаимодействий...» [Melosik, 2009, s. 32].

Произведения экранной культуры диктуют сообществу образцы поведения, формы сознания и самосознания, образуя собой особое пространство символического обмена, то, что с подачи Ж. Бодрийера именуют «гиперреальностью». Воздействие последней проявляется прежде всего в том, что сознание начинает определять себя не через реальные, а через воображаемые соотношения» [Бодрийер, 2001, с. 200]. Пятилетняя девочка, со словами «не пущу», загораживая своим телом выход из квартиры отцу, копирует не поведение матери, а фрагмент просмотренного накануне латиноамериканского сериала. Влияние гиперреальности во многом обусловлено тем, что «образ более “непосредственен”, чем письменное слово, при этом сама его конструкция более скрыта от глаз адресата, в отличие от литературного текста. Образ предстает “лишенным автора”, объективированным сообщением “самого мира” (пресловутой “фотографически точной” его репрезентацией)» [Melosik, 2009, s. 32]. Отмеченное польскими исследователями обстоятельство рождает особое доверительное отношение больших социальных групп потребителей изобразительной продукции к визуальным артефактам как свидетельству самой реальности. Это, полагают исследователи проблем визуальности, выступает одним из ключевых условий иконической власти и визуального насилия⁵, проникающих в молярный уровень функционирования человеческого сознания и исподволь управляющего им.

Современная жизненная ситуация связана с существенной модификацией семиозиса культуры. Наиболее радикальные ситуационные описания возводят приход дигитальной (цифровой) культуры, порождаемой информационно-компьютерными технологиями и средствами массовой коммуникации. Утверждается, что в результате дигитализации «между нами и миром вещей оказался расположен своеобразный фильтр, экран с серией цифр, которые прочитываются и интерпретируются нами так, как если бы это был обычный мир» [Lyotard, 1985, p. 9].

⁵ Белорусский визуальный исследователь А. Усманова выделяет две формы визуального насилия: эксплицитную (демонстрация насильственных актов) и имплицитную (обусловленную конструктивными особенностями изображения или технического устройства) [Усманова, 2007, с. 15-16].

Дигитальное насыщение культуры – если считаться с этой значимой тенденцией – имеет для функционирования знания несколько групп следствий, к числу которых принадлежит необходимость различения двух типов семиотических ситуаций, имеющих прямое отношение к опыту гуманитарных исследований и практик. Первая ситуация соотнобразуется с денотативным использованием языка, его способностью замещать предметы объективно существующего мира. В ней между означающим и означаемым всегда может быть установлена жесткая связь в форме соответствия. Однозначность, производимая такого рода связью, позволяет не только контролировать параметры означаемого, но и поддерживать определенный уровень социального согласия в сообществе пользователей языка.

Вторая семиотическая ситуация на место отношения «знак–вещь» помещает отношение между знаками. Это значит, что диспозиция означаемого и означающего уже не может реализоваться как связь внелингвистического объекта и знака. Ведь и означаемое, и означающее являются сущностями одной природы, открывающими свое значение только в качестве продуктов символических интеракций или коммуникации. Знак, относящийся к другому знаку, оказывается связанным с таким количеством формальных обязательств и, прежде всего, с топологией условий, в которых разворачивается семиотическое взаимодействие, что обращение к интерпретативным контекстам здесь можно считать правилом. Чаще всего семиотическое отношение второго типа не может быть установлено сразу и однозначно, поскольку знаковые диспозиции взаимно не фиксированы, и необходим сложный, часто долговременный процесс их взаимной координации, прежде чем положения знаков будут сколь-нибудь однозначно локализованы. Диспозицию «знак-знак» точнее будет представить в виде формулы «знак – интерпретация (коммуникация) – знак». Если в семиотическом отношении первого типа знание выступает как отражение свойств и связей предмета, то во втором – является продуктом координации коммуникативных позиций.

Еще одна группа следствий дигитальной инновации возникает в связи с вытеснением аудиовизуальным сообщением письменного текста из процессов культурного обращения. Место знака все чаще занимает образ, имеющий не перцептивную, а символическую природу. Образ («икона»), наполняющий сегодня пространство смыслопорождения ««непосредственное», чем письменное слово, при этом сама его конструкция более скрыта от глаз адресата, в отличие от литературного текста, он предстает “лишенным автора”, объективированным сообщением “самого мира” (пресловутой “фотографически точной” его репрезентацией)» [Melosik, 2009, s. 31].

Данное свойство образа с наибольшей силой представлено в фотографии, которая, согласно Р. Барту «постоянно носит свой референт с собой» [Барт, 1997, с. 13]. Само фото, замечает Барт, невидимо, мы смотрим не на него, а на запечатленный на нем предмет. Это значит, что средство сообщения проникает в человеческое сознание автоматически, реализуя собой имплицитное воздействие. При этом следует учитывать и способность образа выступать в форме «оптической иллюзии» или симулякра, смещающей границы «реального – мнимого». Качество знания в этом случае определяется не его достоверностью, а практической эффективностью.

К следствиям дигитальной инновации можно также отнести и появление новой формы знаковой организации – гипертекста. «Сущность гипертекста, – пишет польский социолог Т. Шкудлярек, – множественность, бесконечность и динамичность характера связей единиц знания: понятий, цитат, изображений, теорий, то есть всего, что может каким-то образом быть связанным с читаемым текстом. Пользователь может в каждый момент “перескочить” к связанному с данным текстом моменту и начать чтение новой единицы, от которой бесконечно путешествовать дальше» [Szkudliarek, 2009, s. 102]. Опосредующая функция гипертекста, его потенциальная связь с аудио- и фотоматериалами, другими текстами не только создает новые перцептивные

возможности, но и рождает необходимость в специфических когнитивных умениях, связанных с отказом от линейной логики, навязываемой традиционным сообщением.

Для современного образования иконизация культуры оборачивается задачей ревизии содержания функциональной грамотности. Речь идет не только о пользовательской компьютерной компетентности, но и обретении новой ориентационной способности. Ее содержание соотнобразуется с умением «считывать аудиовизуальные сообщения, ставшие частью нашей жизни, нашей культуры, которые в значительной мере влияют на наш образ мира и прежде всего на то, что думаем и как понимаем то, что происходит в окружающей нас действительности» [Szpernalowski, 2012].

Проблема визуального знания заключается в том, как опыт, знания, умения и способности создаются и практикуются не только посредством языка и слов, но и с помощью визуальных форм выражения и представления [Schnettler, 2008, s. 116]. При этом визуальные формы понимаются не статически, а как перформативы, взаимодействующие между собой и контекстуализированные, с помощью которых создаются, преобразуются и ассимилируются знания, то есть 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 прежде всего техническими изменениями последних десятилетий, появлением новых форм социального поведения, например, «мультимедийного эксгибиционизма» [там же, s. 118]. Образ, однако, играет в современной культуре не только роль выразительного средства, но и становится носителем содержаний 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 с размыванием границы между специальным знанием и общепринятым, обесцениванием сакрального знания, которому массовый тираж грозит потерей привилегий и власти.

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 «киберистории», «ноосфере», опираясь в этом на образ «глобальной деревни Маклюэна, предвещающего рождение высшего «коллективного существа». С этой мифологией конкурирует другая редакция виртуальных перспектив, согласно с которой коммуникативные технологии способствуют сильнейшей фрагментации знания, и неравенство в его доступности (дигитальное социальное неравенство). Немецкий социолог Werner Rammert апеллирует, например, концепции знания, основывающегося на идее взаимодействия «гетерогенных» единиц, конкурируя тем самым с традиционной трактовкой знания, предполагающей однородность человеческих действий [Rammert, 2011].

При всей дискуссионности вопроса о современных трансформациях знания несомненным для дискусирующих сторон остается утверждение о происходящей его визуализации. И этот процесс наблюдаем во всех сферах. В науке и технологиях все чаще обращаются к базирующимся на образах процедурам, причем не только в целях презентации, но и для измерения, моделирования и производства. Не говоря уже об образовании, где умение работать с образами приобретает статус приобретаемой в нем компетенции. Вопрос социологии знания состоит не в выяснении сущности визуального знания или его способности выражать истину. Ее интересуют визуальные «продукты», используемые для создания и передачи знания. В этой перспективе знание есть все то, «что считают знанием в обществе, независимо от его конечной значимости или ее отсутствия». Это значит, что в фокусе внимания социологии знания процессы

объективации, легитимации и интерпретации знания. Автор отмечает идущие в сообществе дискуссии о необходимости создания междисциплинарной науки об образе.

Адепты визуальности настаивают на том, что «современная культура манифестирует себя прежде всего “тем и через то, что визуально”, и что “образы являются широко распространенным средством”. С их точки зрения, доминировавшее до сих пор в культуре письмо преимущественно замещено визуальной коммуникацией. Эта позиция выражает себя, апеллируя к метафорам «вторая компьютерная революция», «революция образов». При этом в распространении визуальной формы знания ведущая роль отводится медиа. «В устной коммуникации образ имеет дополнительный, периодический, уточняющий и конкретизирующий характер, а в письменной коммуникации, которая линейна, логически и классифицирующая ориентирована, он обеспечивает абстрагирование. С развитием новых электронных медиа коммуникация отрывается от абстрактной системы знаков. Кроме этого растущая визуализация ведет к переходу от слова к образу, от того, что пропозиционально, к тому, что иконично, драматически изменяется структура знания, вызывая своего рода “вторичную сенсуализацию” [*secondary sensualisation*]. Визуальность производит поворот коммуникативных форм к конкретике и холизму. Там, где письмо устремлено к аналитическому разбору и презентации событий и интеракций, визуальность чаще всего действует интеграционно и статично. В отличие от текста при использовании образов возможна одновременная репрезентация сложных комплексных событий, которые не развиваются линейно, подобно текстуальной аргументации» [Schnettler, 2008, s. 121]. Иконические средства подчиняются иным правилам структурирования и выражения, а также устанавливают иные зависимости между своими элементами, нежели тексты. Образы не подлежат окончательной вербализации так, как письмо, а возможности трансляции визуальных репрезентаций выглядят, в сравнении с текстами, если не ограниченными, то подлежащими иному регулированию... Сегодня широко распространено воззрение, согласно которому визуализация стимулировала глубокие изменения в форме производства знания, в ходе которых логоцентризм западной письменной культуры давно уже атакован и даже чуть ли не пронизан элементами новой культуры образа. По аналогии с «лингвистическим поворотом» в философии XX века утверждаются такие понятия как «образный», «иконический», «визуальный» поворот, с помощью которых пытаются выразить культурные изменения. Иконический поворот проблематизирует положение о доминировании письма как основного эпистемологического средства.

Автор пишет о двух тенденциях в трактовках иконического поворота. Первую он производит от исследований американского исследователя литературы и истории искусств У. Митчелла (W.J.T. Mitchell), 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 Готфрида Боэма (Gottfried Boehm), 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». Этому направлению свойственна тенденция к деконтекстуализации образа, «ауратизация», а также разделение образов на «слабые» и «сильные».

Автор поднимает вопрос о практиках визуализации в производстве знаний. По его мнению, такие места обнаруживают себя:

[а] в традиционно визуально ориентированных науках, таких как археология, история искусств, этнология, теология, медиознание или киноведение, где особое значение имеют эстетические, этические и ритуальные аспекты визуализации, выступающие либо как объекты интерпретации, либо как средства выражения созданных при помощи них знаний. Существуют сегодня визуальная антропология и социология, ориентированные на медиа. Особое место в конституировании визуального знания

занимают культурные исследования, которые в анализе визуальности задействовали инструменты критической теории, критического анализа дискурса и критики медиа;

[b] в гуманитарных, естественных и технических науках. Возникают и новые формы научного знания: компьютерная визуалистика, визуальная нейроинформатика, визуальная информатика. В них образы стали средствами познания и научной коммуникации. Визуальная логика здесь играет ключевую роль в конструировании научного знания.

С другой стороны, визуализация чаще всего применяется в академическом контексте для распространения и презентации знания. Здесь она выполняет риторическую функцию, как инструмент демонстрации и убеждения, объективации самого процесса познания. Презентация научных докладов с помощью визуализации стало своего рода формой «институционального разговора» [*institutional talk*]. В то же время вопрос о том, как повлияла визуализация на реконтекстуализацию знания, автор не ставит. Его позиция сводится к трактовке визуализации как «комбинации текста с образом инфографики, который служит конденсации сообщения и принципиально изменяет способ присвоения знания в отличие от печатного слова». Диаграммы, графики и иллюстрации, обладающие «собственной логикой» изменяют организацию знания, а также способы аргументации в коммуникации. Они позволяют сделать видимым невидимое. «Диаграммы делают возможным симультанную комбинацию взгляда и построение общей перспективы, редукцию сложности и мыслительную абдукцию. Диаграмматические структуры знания выступают посредниками между линейными и нелинейными формами презентации, при чем роль последней имеет большее значение в современном производстве знаний» [Schnettler, 2008, s. 120].

Немецкий исследователь формулирует и задачи социологии знания. В чем они состоят?

Прежде всего, в эмпирическом изучении характера изменения в связи с визуализацией структур деятельности, коммуникации и знания. Особый класс задач автор связывает с исследованиями, подчеркивающими онтологическую разность между образом и языком. Акцент здесь делается на способах объективации, а также оппозиции визуального холизма и логической дискурсивной линейности.

В объективной герменевтике широко дискутируется проблема того, насколько доступны образы аналитическому расщеплению. Некоторые представители этого течения считают, что артефакты следует трактовать иначе, чем языково-текстуальные данные, однако другие полагают, что принципы текстуально-аналитической интерпретации могут быть продуктивно использованы при работе с образами. Дискутируется и проблема оправданности привлечения экспертного знания для анализа визуальных феноменов. Не будет ли более правильным апеллировать к ресурсам повседневности? В качестве примера называют исследовательские практики этнометодологии.

Значение визуального знания автор отсылает как минимум к трем коннотациям.

1. «Визуальное знание» – в смысле экспертного знания об образе, которое недоступно неспециалистам. Речь идет о знании истории искусств, философии образа, а также области компетенции графиков, плакатистов, картографов, сценографов, то есть тех, кто причастен к профессиональному производству и интерпретации визуальных продуктов. Однако эта точка зрения, например, социология знания как правило модифицирует в контексте своей методологии анализируемый материал.

2. «Визуальное знание» – в смысле знание невербальное, связанное с телесной экспрессией. Оно с трудом поддается вербализации, теряя при этом свое значение. Примером этого могут выступать жесты. Жесты, однако, не поддаются определению в качестве иконических, иллюстративных феноменов. Обычно для них создается грамматика жестов. Понимание жестов как правило связано с интерактивным контекстом.

3. «Визуальное знание» – в смысле распространяемое при помощи новых аудиовизуальных средств. В этом случае обычно речь идет о сложных комбинациях образно-текстуальных. Образная презентация не замещает при этом текстуальную. Это

гибридная форма, выражающая многофункциональный и синтетический характер. Данное понимание визуального знания тесно связано с электронными посредниками [e-mail, Internet, MMS] [Schnettler, 2008, ss. 129-130] Важным считается изучение не только визуальных продуктов и носителей значений самих по себе, но также и практических контекстов, в которых они используются.

До этого времени мы обращались к «визуализации» в самом общем значении. Между тем нельзя не замечать, что в него включены довольно разные явления: от «Герники» Пикассо до инфографики и слайдов PowerPoint. Здесь, как и в других случаях, важен контекст употребления. Есть разница между телеобразами и образами, создаваемыми музеями. В то же время есть некоторая зависимость видения чего-либо от того, кто смотрит. Визуализация имеет значение не только в коммуникации знания, но и иных социальных сферах. До сих пор неясно, каким образом визуализация изменяет формы мышления, участвует в организации убеждения или сводит сообщение знания к развлечению. Важно и изучение, при анализе процессов информатизации, процессов диффузии знания, равно как и возникновение новых кодов и канонов [Schnettler, 2008, s. 132].

1.2.3 Визуальная риторика

Использование визуального знания современные исследователи соотносят с визуальной риторикой. Так польский социолог Кампка, обсуждая влияние «иконического поворота», отмечает, что происходящие в культуре изменения связаны «не только с распространенностью образов, но и пониманием того, что образ теперь не актер второго плана, а то, что в значительной степени формирует наше мышление, направленность эмоций, устройство памяти, влияя тем самым на образ реальности. Вместе с убеждением в том, что «глаза могут врать» и что «собственными глазами не следует верить», растет уверенность, что современный мир нельзя понять, вне иконических элементов» [Кампка, 2011, s. 10].

С визуальной риторикой автор связывает перспективы образования. «Студенты могут быть рассмотрены как нуждающиеся в занятиях по визуальной коммуникации, если мы хотим подготовить их к жизни в современном мире. Ведь мы не живем более в логократии, слова стали сегодня вещами, которые отсылают нас к образу. В той мере, какой образ ранее дополнял слово, в той сегодня слово дополняет визуальное сообщение. Вот почему современный человек должен учиться понимать и создавать иконические высказывания, владеть их специфической грамматикой и синтаксисом, композицией и передачей» [Кампка, 2011, s. 11].

Изучение визуальной риторики, считает автор, будет способствовать не только повышению качества участия студентов в публичной жизни, но и поможет им противостоять манипуляциям. Называет современные пособия по визуальным практикам, среди которых «учебник чтения образов» (Howells, R. 2008, Visual Culture, Cambridge: Polity Press.) и визуальный алфавит (Berger, Arthur Asa, 1998). Визуальной пропедевтике могут служить иконология, формализм, история искусств, идеология, семиотика, герменевтика и, собственно, риторика. «Задумаемся о том, что значение данного образа в огромной степени определяется его получателем, что получатель (потенциальный, воображенный, реальный) влияет на визуальное сообщение и его интерпретацию. Зритель, а не образ сам по себе, определяет значение сообщения» [там же]. С этой точки зрения, культура может быть понята не только как состав определенных предметов или событий, но и в перспективе визуального поворота, как изменение практик восприятия. «Следует также помнить о том, что в визуальной социологии названо именем визуальных событий. Речь идет о том, что не является готовым, в целом заданным образом, но могло бы им стать, так как могло быть замечено, например, сфотографировано. Множество визуальных объектов, окружающих человека, является результатом нескольких процессов: цивилизационного и технического развития, которым сопутствует множество предметов,

созданных человеком; урбанизации (город изобилует количеством зрительных раздражителей); коммерсализации, которая превращает визуальный аспект предметов в средство конкуренции, а также способствует становлению общества потребления, в котором обозримость является одним из факторов успеха» [там же, s. 12].

Значение визуализации в культуре не требует, считает Кампка, дополнительного обоснования, однако применимость средств анализа, выработанных в риторической теории, нуждается в отдельной дискуссии.

Если мы согласимся с тем, что главной темой, которой интересуется риторика, является убеждение, то появляется возможность выделения целой визуальной сферы, связанной с функцией убеждения. «Риторика является искусством нахождения того, что в конкретной ситуации может убедить конкретных потребителей сообщения, в связи с чем риторический анализ так много говорит нам о конвенциях и стереотипах, определяющих нашу коммуникацию. В риторике мы выделяем ее практическое и теоретическое измерение и, следовательно, с одной стороны, тексты, созданные для убеждения кого-либо в чем-то, а, с другой стороны, знание о том, как убедительные тексты создавать и передавать.

Эти же принципы мы можем отнести и к визуальной риторике. Тогда мы получаем возможность говорить о риторике визуальной в отношении образов, которые созданы (либо использованы) для того, чтобы кого-то в чем-то убедить, а также именем визуальной риторики обозначить тексты, которые изучают этот тип визуального сообщения. К первой группе артефактов можно отнести такие достаточно разнокачественные категории как: рисунки, фотографии, мебель, одежду, словом все, что служит человеку в символической коммуникации. Независимо от того, анализируем ли мы почтовые открытки, сообщения прессы, организацию пространства Диснейленда, дизайн детской комнаты, поведение ученого должно включить в себя три основных шага.

Во-первых, надлежит представить отдельные элементы визуального языка, начиная от простейших, таких как линия, перспектива, цвет, пропорции, пространственность. Во-вторых, производство сообщения. Если мы согласимся в том, что образы могут выполнять функции аргументов, нам следует определить какие это образы и что они значат. В-третьих, важно установить эволюцию образа, которую можно осуществить путем выбора определенной теории.

Если выбор останавливается на практике риторики, то исследователь концентрируется на функции, которую образ выполняет. В этом случае предполагается, что представление создано (или презентировано) для конкретной публичности в определенных целях. «Мы ищем ответ на вопрос: с помощью каких средств эти цели достигаются. После чего мы вновь определяем значащие элементы изучаемого образа, размышляя над их функцией... Огромный стол в комнате полковника служит не только для того, чтобы разместить на нем множество всяких бумаг, но также и для того, чтобы информировать посетителей о статусе лица, которое за ним сидит» [Kampka, 2011, s. 13].

Очевидно, что не каждый визуальный объект становится предметом риторического анализа. Он должен соответствовать как минимум трем условиям: иметь символический характер, являться результатом целенаправленной деятельности человека, иметь публичный статус. Горный пейзаж в этом смысле не имеет сам по себе риторического характера. Однако будучи сфотографированным и размещенным в рекламном проспекте для туристов, он становится элементом визуальной риторики. Суммируя можно сказать, что визуальная риторика, сконцентрированная на образах, используется в символической коммуникации в целях убеждения. Она является также практикой производства убежденных коммуникантов, равно как и методом анализа.

Между тем видение риторики как практики убеждения в последнее время подвергается принципиальной критике. Авторы располагающей риторики (*invitational rhetoric*), созданной в 1995 году, S. Foss и C.L. Griffin трактуют риторику как предложение понимания, как средство создания отношений равенства, выработки взаимопонимания

между людьми, разделяющими различные точки зрения [Foss, 2009, p. 569]. Располагающие риторика бросают вызов традиционному определению риторики как сознательному намерению изменить других.

Установка на изменение других трактуется как стремление к установлению над ними власти, попытка получения контроля. В противовес этому располагающая риторика ориентирована на человеческую близость и взаимность, отказ от социальных иерархий и ценностность мира другого. Важным условием реализации располагающей риторики является признание ценности другого как уникальной личности, умение прислушиваться к точке зрения партнера и способность видеть из его перспективы.

Располагающая риторика использует две основных формы:

(1) предложение перспективы;

(2) создание условия, поощряющих других к предъявлению своих перспектив.

В число условий располагающего риторического взаимодействия авторы включают свободу и чувство безопасности.

Любой исход взаимодействия, например, отклонение точки зрения партнера, рассматривается как вполне приемлемый, не вызывающий разочарование или досаду. Изменение позиции партнера не является целью располагающего ратора. Однако такое изменение вполне возможно в результате обмена идеями и перспективами.

Располагающая риторика не является идеалом, к которому риторы должны стремиться или универсальным типом коммуникации. Она не исключает других риторических стратегий, например, практик убеждения. В то же время она позволяет различать коммуникативные ситуации и создавать, в частности, среду, облегчающую взаимопонимание [там же, p. 570].

До «иконического поворота» в нашей культуре образы трактовались как дополнение или иллюстрация вербальных сообщений. Диалог слова и образа в принципе не брался во внимание. Риторика не трактовалась как диалог между словом и образом, и то, и другое трактовалось как знаки. Визуальная риторика входит в состав того, что называлось «исследованием визуальной культуры», а значит, объявлялось междисциплинарной областью, в которой перекрещиваются пути теории и истории искусства, антропологии и этнографии, культурологии и социологии, психологии и журналистики» [Mitchell, 2002, p. 165].

В вопросе анализа образа исследователь концентрируется на «неподготовленных» пользователях, людях, которые не располагают техническими умениями в производстве образов, не знают механизмов создания видеосообщений. Обучение показывает им отличие образа от иных дискурсивных форм и необходимость соответствующих теоретических рамок. Обучение должно дать понять, как визуальные образы функционируют в нашем социуме и как они на нас влияют.

Особенность «иконического поворота», как считают многие гуманитарные исследователи, состоит в том, что он породил кризис сложившихся стратегий исследования. Как отмечает (на примере психологии) немецкий аналитик Георг Рюкрим цифровой вызов соотнобразует с пересмотром средств и методов гуманитарного познания: «Несмотря на различия между взглядами Л.С. Выготского и А.Н. Леонтьева, они одинаково описывают орудия опосредования и в равной степени игнорируют вопрос о его носителе. Л. С. Выготский жил в конце «эры Гутенберга». Он не застал даже первых ростков цифровых технологий. Леонтьев жил в период, когда развитие цифровых технологий уже началось, но эта стадия развития была далека от всепроникающего влияния компьютеров на повседневную жизнь человека. Таким образом, мы не можем назвать личным упущением Л. С. Выготского и А. Н. Леонтьева тот факт, что они ничего не сказали о цифровых технологиях и об их исключительной значимости как нового ведущего орудия опосредования новой эры. По своей базовой структуре теория деятельности принадлежит до-цифровой, «книжной» культуре. В течение длительного переходного периода мы вынуждены иметь дело с эпистемологическими и

коммуникационными аспектами теории деятельности, возникшей в «книжной» культуре, потому что данный анахронизм практически неизбежен в текущем переходном периоде. Требуется серьезный пересмотр основных положений теории деятельности в свете новых областей знания, таких как история и теория мультимедиа, а также проверка ее потенциала в моделировании новых форм обработки информации и коммуникационных систем в случае, если эта теория претендует на то, чтобы продолжать развиваться в Цифровую Эру» [Ruckriem, 2010, с. 38].

С точки зрения Рюкрима, цифровой мир – это не просто новый объект изучения, а новая онтология познания, взывающая к новому самоопределению гуманитарного знания.

II «Иконический поворот» и образование

II.1 Социологические и культурологические редакции «иконического поворота»

Слова Г.М. Маклюэна, прозвучавшие по-русски чуть более десяти лет тому назад, о том, что мы «продолжаем мыслить в соответствии со старыми, фрагментированными пространственными и временными образцами доэлектрической эпохи» [Маклюэн, 2003, с. 6] во многом, по крайней мере относительно высшего образования, устарели. Образование, особенно университетское, переживает дигитальный бум. Компьютеры, мультимедийные средства, учебные программы и связанные с ними педагогические технологии стали привычными предметами образовательного обихода. Удивление студентов вызывают сегодня скорее реквизиты доэлектронной эры – мел и доска, чем интернет-презентации или университетское телевидение. Не перечислять тиражей книг и журналов, посвященных информационно-компьютерной проблематике, не говоря уже о ежегодных конференциях, сопровождаемых увесистыми сборниками, защищенных и готовящихся к защите диссертациях, научно-популярной и просто популярной литературе. Ландшафт образовательной повседневности стремительно изменяется.

Электрическая эпоха атаковала Святая Святых академического устройства – дисциплину. Причем в двух смыслах: и как контентуальный порядок, и как форму взаимодействия. «В сфере образования принятое разделение учебного плана на предметы уже устарело точно так же, как с наступлением эпохи Возрождения устарели средневековые тривиум и квадриум» [там же, с. 399]. Институциональный контроль, опирающийся на присутствие учащегося в аудитории, все чаще работает на «холостых оборотах». В условиях полипространственной топологии он теряет свою эффективность (студент одновременно находится и в учебной аудитории, и в социальных сетях, и в игровой виртуальной реальности). Интернет-самообразование успешно конкурирует с формальными учебными курсами: как в плане мобильности, так и содержательного разнообразия. Все более уверенно заявляет о себе дистанционное обучение, опустошая учебные аудитории и демистифицируя межличностную коммуникацию преподавателей и студентов. Подобно книге, которая «как артиллерия сравняла с землей стены феодальных замков и немало способствовала выравниванию феодальных привилегий» [Маклюэн, 2003а, с. 280], электронное сообщение производит переворот в сложившемся социальном устройстве, порождая феномены «Глобальной Деревни» и транснационального планетарного сознания. Экспансия электронного сообщения стимулировала выход образования за стены учебных заведений (деинституционализацию), привела к превращению массовой культуры «в перманентную педагогику» [Melosik, 2009, s. 32]. Падение авторитета преподавателя – один из симптомов этой многоаспектной тенденции [Morbiter].

Инновационное культурное изменение в гуманитаристике часто обозначают именем «поворот» (иконический, дигитальный, информационно-коммуникативный, виртуальный, массмедиаальный и пр.). Ситуационное описание, как гласит теорема У. Томаса, признаваемое реальным, реально по своим последствиям [Томас, 2009, с. 62]. Этим замечанием мы хотим указать на эпистемологический статус «поворота». Последний лишается в анализе образовательных отношений самостоятельной онтологии и обнаруживает себя как продукт социальной конвенции (определение реальности несводимо к индивидуальному описанию), относясь к тому классу объектов, которые провоцируют кризис объективности. «Известно, что искалывание куклы вуду не может причинить нам боль, и власть этого действия психологически полностью зависит от доверчивости верующих», – пишет отец «иконического поворота» У.Т. Митчелл [Mitchell, 2005, p. 159]. С этой точки зрения, «поворот» является номинативно обусловленным предметом веры, семиотико-семантической конструкцией, близкой по своей природе к

тотему Леви-Стросса, обеспечивающему социальную идентификацию и интеграцию связанных с ним сообществ. Связь конституции «поворота» и его описания в этом разумении достаточно жесткая. Можно даже утверждать, что описание «поворота» и есть лингвистическое условие его осуществления.

В перспективе современного университета «поворот» будет рассматриваться нами как некая условность, как символический оператор, с помощью которого конституируется образовательный порядок: определяется направление усилий управленцев и преподавательского корпуса, осуществляется распределение индивидуальных и групповых позиций, производятся ряды включений/исключений в концептуализации действий, а также устанавливаются аффективные самоотношения и отношения к иным сопредельным видам активности. В этом качестве «поворот» обнаруживает свое родство с феноменами «*illusio*» и «*nomos*», описанными П. Бурдьё [Бурдьё, 2001, с. 60]. Известно, что с помощью данных категорий французский социолог анализировал морфологию полей науки, литературы, политики. Мы же попытаемся использовать их потенциал для исследования обстоятельств образования.

Возникновение *illusio* (предмета веры) и *nomos* (принципа упорядочения и деления объективной реальности) в теории Бурдьё существенно для автономизации и структурирования дисциплинарного поля, реализующего эти продукты социального воображения. Процесс автономизации, в частности, поля науки, считал Бурдьё, «связан с реализацией имплицитного и эксплицитного права входа. Право входа имеет два измерения. Во-первых, это компетенция, инкорпорированный научный капитал (например, знание математики), она становится смыслом или ставкой игры. Во-вторых, кроме компетенции необходимо еще и влечение, *libido scientifica*, *иллюзио*, вера не только в ставки, но в саму игру. Игра должна стоить свеч и приносить радость» [там же, pp. 102–103]. *Illusio* присуща особая «аттрактивность», способность быть манящей и субъективно близкой реалией, вызывающей нечто вроде того, что Рене Жирар называл «миметическим желанием» (*mimetic desire*) – стремлением хотеть того же, что хотят другие [Girard].

Действие *illusio* сквозно и тотально, оно позволяет поддерживать дискурсивное единство события, несмотря на эпистемологическую разнородность позиций участников и неминуемые временные разрывы в течение социального процесса. *Illusio* имеет утопическую природу и укоренено в семиозисе. Культурная природа *illusio* позволяет отделить этот тип образов от перцептивных структур индивидуального сознания (оптических иллюзий, измененных форм сознания), часто имеющих психофизиологическую природу. Между тем, отмечает болгарский последователь Бурдьё Деян Деянов, «то, что в *illusio* переживается как очевидность, выглядит иллюзией для того, кто не чувствует этой очевидности» [Деянов, 2001, с. 106]. Представители ингрупп склонны критически оценивать как *illusio* аутгрупп, так и их носителей.

Nomos, в свою очередь, несмотря на семантическую близость к закону, имеет областью своей референции не внешний, а внутренний порядок, у которого, однако, нет «абсолютной независимости от внешних законов» [Бурдьё, 2001, с. 115]. *Nomos* обычно используется для обозначения «центрального, объективного принципа практики в определенной области. В капиталистической экономике это будет “прибыль”, в области искусства – “чистое искусство”, в политике – “господство”» [Schäfer]. Назначение *nomos(a)* – обеспечение «общего согласованного видения, регуляция связи опыта практики и опыта поля» [Ball], а также распределение когнитивных и оценочных структур, выступающих «основанием не только логического, но и нравственного конформизма, — негласного соглашения, дорефлексивного и непосредственного, — в отношении мировосприятия, являющегося началом опыта о мире как мире здравого смысла» [Бурдьё, 2007, с. 243]. Важной отличительной особенностью *nomos(a)* является его подразумеваемый статус. «*Nomos* носит негласный и имплицитный характер, о нем ничего не нужно говорить» [Щедрина]. С тем лишь уточнением, что сказанное здесь Т. Г. Щедриной скорее относится к ставшему, действующему автоматически, нежели к

становящемся. (Nomos как работающий регулятив и pomos, как продукт, рождаемый в коммуникации.) С точки же зрения становления, объекты типа «illusio», «pomos», «поворот» являются результатом имажинативной и коммуникативной активности социальных групп, своего рода артефактами, связанными, как и куновская парадигма, с иррациональным социальным выбором. Одновременно они выступают «возможностями видения и действия в мире» [Grenfell, 2012, p. 20].

Фрагмент анализа, посвященный «иконическому повороту» в культуре и образовании, после сказанного выше следует рассматривать не в качестве описания, отражающего реальное положение вещей, «что есть на самом деле», а как особую символическую конструкцию, *illusio* определенных групп, действующих в образовании. Солидаризуясь с тезисами, помещенными нами в начале раздела, а также производя собственные, легитимирующие «иконический поворот» высказывания, его адепты вносят свой символический вклад в формирование социальной реальности «иконического поворота». (В этом проявляется близость «онтологии» как системы категорий и как бытия.) Конечно, было бы слишком поспешным думать, что одной текстуальной новации достаточно для того, чтобы мир окрасился ее красками. Это не так. Не последнюю роль в текстуальной реализации играют факторы социального подтверждения и воспроизводства, а также символическая борьба между различными редакциями «иконического поворота», исход которой никогда не предопределен.

В то же время социальная эффективность «иконического поворота» некоторым образом безразлична к качеству его репрезентации. Его «сила» во многом в той практической перспективе, которую открывает (закрывает) этот продукт социального воображения, с присущим ему мобилизующим (рассеивающим) потенциалом, способностью инспирировать (стабилизировать) социокультурные (в нашем случае – образовательные) события и действия. Освещению этих обстоятельств и будет посвящено наше последующее изложение.

II.2 Образовательные редакции «иконического поворота»

Наше описание обстоятельств и перспектив «иконического поворота» будет строиться не так, как это было сделано в начале раздела (объективистски), а исходя из установок образования, осуществляющего с помощью дескрипции «иконический поворот» оправдание или изменение собственной практики. Это значит, что вовлекаемый в анализ нарратив, апеллирующий к той или иной редакции «поворота», будет интересовать нас не столько с точки зрения того, что он говорит о ситуации, сколько в аспекте того, как он презентует позицию говорящего. Здесь мы следуем методологическому указанию Р. Барта, согласно которому «давая той или иной вещи имя, я тем самым именую и сам себя, вовлекаюсь в соперничество множества различных имен» [Барт, 1989, с. 486]. Даже в тех случаях, когда высказывание не принадлежит непосредственно образовательной инстанции, мы будем руководствоваться приемом «как если бы», приписывая суждение ей, и рассматривая в связи с такой атрибуцией возникающие образовательные обязательства.

Это значит, что в великом множестве свидетельств современности мы выделили один, амплификацию которого намерены далее осуществить. Для этого есть несколько оснований. Первое – онтологическое, выражающее согласие с Г. М. Маклюэном, выделявшим в культурном развитии три типа доминирующих (и последовательно сменяющих друг друга) посредников: устную речь, письменный текст, электронное сообщение. Второе – эпистемологическое, помещающее в центр ситуационного анализа знак. Электронное сообщение берется нами со стороны его формы – изображения (иконы). И, наконец, третье – технологическое, интерпретирующее ситуацию в современном образовании, как посредническое (медиаторное) взаимодействие, с перспективами которого связано не только настоящее, но и будущее университетского

образования. В этой связи отношение к образу, иконе, имиджу становится у нас центральным пунктом ситуационного определения образовательных субъектов. Мы полагаем, что рецепция университетом иконического поворота определяет характер актуального университетского порядка и, в конечном итоге, возможно, место университета в современной культурной ситуации.

Метод нашего исследования во многом опирается на ту традицию критического дискурс-анализа, которая делает предметом своего исследования текстуальную политику, захватывая три основных области образования: «коммуникативные события – семиотические взаимодействия в определенном времени и контексте; социальные практики, посредством знаковых систем конструирующие человеческий мир, а также отношения власти и доминирования, которые не только разоблачаются, но и тематизируются им как конструктивная сила» [Rogers, 2011, p. 1]. Текст – описание событий иконического поворота – был редуцирован нами к одной из его форм – письменным концептуализациям культурно-образовательной ситуации. А понимание текстуальной политики мы связывали с групповым контекстом, групповыми интересами и способами достижения значимых для данного сообщества целей. В ходе анализа нам удалось выделить три типа гуманитарной рефлексии иконического поворота в культуре, размещающих, сообразно своим предписаниям, образовательные практики.

Первый тип реакции, назовем ее «тотальной», 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 [Соловьев, 2010, с. 83]. (Фрагменты этого типа дискурса представлены нами в начале раздела.) Продюценты тотального *illusio* говорят о «дигитальном насыщении культуры» [Konecki, 2012, s. 12], прокламируют диктатуру глаза [Mitchell, 2002, p. 171], фиксируют его вездесущность, способность воздействовать на молярный уровень жизненных отношений, например, гендерных. Утверждается, в частности, что современная сексуальная реакция стала в своей основе вуайеристской [Греков, 2010, с. 55]. Тотальные нарративы несут своим адресатам весть о возникновении новых социокультурных процессов, например, виртуальной киберсоциализации [Плешаков] и качественно своеобразных артефактов вроде электронной музыки, синтезирующей «несуществующие звуки» [Баранова, 2010, с. 95], а также о вытеснении письма и школы из культуры (как институтов бумажной эпохи) техническими средствами [Drabek, 2010, s. 38].

Образовательная стратегия, практикующая эту рецепцию, выражается в *nomos(e)* иконизации (визуализации) всех учебных реалий, переходе от слов и текстов к образам и электронным сообщениям [Ruckriem, 2010, с. 38]. Смена базы языка влечет за собой дигитализацию педагогических технологий и компетенций образовательных субъектов. В некоторых радикальных описаниях речь идет о дигитальной идентичности [Clarke]. Первым плацдармом тотальных иконистов на территории университета можно считать учебные программы и курсы визуальных искусств, медиапедагогики и иконологии.

Второй тип реакции – «локальный» – практикует *illusio* «поворота» как культурное добавление, рождающее в поле культуры своеобразный анклав – относительно автономный символический мир, с которым необходимо срочно наладить отношения [Плешаков]. Острота проблемы, считают сторонники локальной иконизации, связана с одновременным существованием в образовании конкурирующих порядков: текстуального и аудиовизуального. Каждый из них формирует свои собственные критерии сущего и должного, правила понимания, суждения и поведения. В текстуальной логике, например, интеллектуальной вершиной может считаться понятие, взятое вкупе с иерархией значений, в то время как в аудиовизуальной – метафора (образ), опирающийся на клипсовые и ризоматические основания.

Образование в локальном залоге формирует и соответствующий педагогический *nomos*, определяясь как место паралогии (конфликта) символических миров и

атрибутируя образовательному индивиду фрагментированную идентичность, способную осуществлять символические переходы из одного мира в другой со сменой субъективной конфигурации [Плешаков]. 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.

Тотальная и локальная редакции иконического поворота связаны с двумя способами их выражения: *икономанией* и *иконофобией*. Икономания часто проявляется в прямом реагировании на культурные модификации, например, проектированием структур «иммерсивного образования», базирующегося на компьютерных технологиях [Immersive education], пропаганде «новой мировой религии – индустрии знания» [Иллич, 2006, с. 67], а также качественно специфичных образовательных форм – цифрового университета – детища дигитальной революции [Guide méthodologique]. Иконофобия, в свою очередь, пытается создать заслоны и ограничения для проникновения в образование иконических реалий. Иконофобские тексты сообщают нам о том, что «“иконический поворот” может привести к окончательной потере реальности самой по себе» [Челышева, 2010, с. 6], «вытеснению человека» [Сивков, 2010, с. 10], «угасанию интеллектуальных способностей индивида» [Drabek, 2010, s. 42]. Икономаны, возражая им, приводят прямо противоположные аргументы, указывая, например, на рождение новой парадигмы мышления – Net-мышления (фрагментарного и гипертекстуального), построенного на так называемых фракталах [Пронина, 2006, с. 326]. В университетском образовании иконофобы стремятся нарастить системы контроля над распространением и использованием учебной информации. В некоторых (к счастью, редких) случаях это выражается в запрете на использование цифровой литературы и бескомпромиссной борьбе со студенческим плагиатом [Голунов]. Иконофобия здесь получает практическое выражение, превращаясь в *иконоборчество*. Икономания, в свою очередь, рождает *идолопоклонство* и сопутствующие ему романтические надежды на автоматизм развивающего действия самих по себе дигитальных устройств [Immersive education].

Третий тип рецепции иконического поворота может быть условно обозначен как «инструментальный». Его природа связана с орудийным «выворачиванием» образовательных отношений, трактовкой педагогической реальности сквозь призму информационно-компьютерного обеспечения. Продюценты инструментального *illu*sio используют для легитимации своих действий так называемые «программы информатизации университетского образования». На просторах СНГ сегодня достаточно сложно найти хотя бы одно высшее учебное заведение, в котором бы доминирующие группы не использовали бы такого рода документы для обеспечения своего политико-экономического господства.

Анализ данного аспекта университетской активности обнаруживает две формы образовательного ответа на «иконический вызов»: *технический оптимизм* и *технический пессимизм*. Технические оптимисты видят, например, в явлении компьютера и Internet фактор интенсификации и модернизации образования, наращивания потенциала «естественных» органов студента, а в иконе – неограниченные мнемотехнические возможности. Романтизация дигитальной техники достигает в их описаниях поистине поэтико-мифологической глубины. Иконический ресурс, например, как живописуют они, делает обучение более ярким и мотивированным, субъектным и интерактивным, открывает возможности его индивидуализации и профилирования [Kozielska, 2006, s. 97]. Технические пессимисты, оппонируя им, активируют дискурс уникальности личностной встречи преподавателя и студента, энергетики бумажных страниц книг и родственной близости контактного образовательного сообщества. Чаще всего голоса технических пессимистов концентрируются в структурах преподавания гуманитарных дисциплин, обеспечивающих не столько профессиональную, сколько мировоззренческую подготовку

студентов. Технический пессимизм создает почву для современной разновидности педагогического луддизма – практики «зачехления компьютеров» [Arguments Against].

Nomos инструментальной редакции иконического поворота в значительно меньшей степени, чем в первых двух типах университетских реакций, затрагивает образовательное устройство университета. Здесь господствует логика совершенствования существующего педагогического порядка, оптимизации действующих учебных программ и дидактических средств. Одной из форм выражения *nomos(a)* инструментального дискурса выступает практика разработки компьютерных обучающих программ, электронных учебных пособий, создания учебных оболочек и электронных библиотек и пр.

В нашем изложении нарисованы три относительно самостоятельные образовательные стратегии, опирающиеся на соотносимый с ними тип *illusio*. Как с ними считаться? Можно ли придать этим типологиям исключительно классификационный статус, и, следовательно, использовать для идентификации и анализа положения в университетском образовании? Последнее означало бы, что созданные нами зарисовки имеют отражательную функцию и претендуют (в некоторой, разумеется, благоприятной перспективе) на роль стационарного теоретического объекта.

Обстоятельства «иконического поворота» мы рассматриваем, прежде всего, как *повод* для реализации образовательной инициативы. «Повод» здесь трактуется как «представившийся случай», «возможность вступить в игру», «подходящий момент», шанс инновационно-образовательного действия. «Поворот», определяемый университетским персоналом как реальное событие, становится вызовом, уклониться от которого после произведенного определения невозможно. Все три описанные нами университетские рецепции можно трактовать как попытки воспользоваться таким шансом. При этом оказывается, что утверждение той или иной редакции иконического вызова выступает в качестве произвольного акта, момента образовательной политики, соотносящейся не столько с состоянием объективной реальности, сколько с готовностью педагогического персонала считать вынесенный на плебисцит *illusio* действительным положением дел. Или, другими словами, статус конкретного *illusio* определяется гласным и негласным референдумом сообщества учебного заведения. Формально он может быть зафиксирован, например, в миссии университета.

Библиография

- Баранова И. А. К вопросу о восприятии музыки в современном обществе // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. С. 93–95.
- Барт Р. *Camera lucida*. Комментарий к фотографии. М.: Ad Marginem, 1997.
- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. М.: Прогресс, 1989.
- Бодрийяр, Ж. Прозрачность Зла. М.: Добросвет, 2000.
- Бодрийяр Ж. Система вещей М: Рудомино, 2001.
- Бурдьё П. Клиническая социология поля науки // Социоанализ Пьера Бурдьё. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.; СПб., 2001. С. 49–95.
- Бурдьё П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // Социоанализ Пьера Бурдьё. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М.; СПб., 2001. С. 108–138.
- Бурдьё П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
- Войсунский А.Е. Субъект в сетевом обществе // Человек, субъект, личность в современной психологии. Материалы Международной конференции, посвященной 80-летию А.В. Брушлинского. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2013. С. 22–25.
- Греков М. А. Феномен порнографии в современной медиасреде // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. С. 54–57.
- Голунов С. В. Студенческий плагиат как вызов системе высшего образования в России и за рубежом. URL: ecsocman.hse.ru/data/2011/05/30/1266794573/11.pdf.
- Деянов Д. Практические логики и коммуникативные стратегии // Критика и семиотика. 2001. Выпуск 3/4. С. 106–115.
- Иллич И. Освобождение от школ. Пропорциональность и современный мир: (фрагменты из работ разных лет). М.: Просвещение, 2006.
- Маклюэн Г.М. Понимание Медиа: внешние расширения человека. М.: КАНОН-пресс-Ц; Кучково поле, 2003.
- Мак-Люэн М. Галактика Гутенберга: Сотворение человека печатной культуры. К.: Ника-Центр, 2003а.
- Плешаков В. А. Киберсоциализация как инновационный социально-педагогический феномен. URL: www.sirdionis.ucoz.ru/load/prezentacija_po_teme_kibersocializacija/1-1-0-1.
- Пронина Е. Е. Психология журналистского творчества: учебное пособие. М.: МГУ, 2006.
- Сарна А.Я. Образ и медиум: визуальный текст в массовой коммуникации: сборник статей. – Минск : Четыре четверти, 2012.
- Соловьев А. В. Культуротворческий потенциал информационных технологий // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. С. 83–85.
- Сивков Д. Ю. Необратимость медиа? Нет, спасибо! Потребление как сопротивление на eBay // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. С. 8–12.
- Томас У. А. Неприиспособленная девушка (Глава 2) // Личность. Культура. Общество. 2009. Т. 11. Вып. 3. № 50. С. 61–77.
- Уильямс, Л. Жесткое порно. Власть, удовольствие и «неистовство визуального» // «Неприкосновенный запас» 2003, №3(29). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2003/29/ui.html>

Усманова А.Р. Насилие как культурная метафора. Вместо введения // Визуальное (как) насилие. Сборник научных трудов / отв, ред. А.Р. Усманова. Вильнюс, ЕГУ, 2007. С. 5–36.

Челышева И. В. Медиареальность: среда обитания или протез сознания // Медиафилософия VI. Необратимость трансформации. СПб.: Санкт-Петербургское Философское общество, 2010. С. 3–6.

Щедрина Т. Г. За рационалистический историзм. URL: www.textfighter.org/teology/Philos/mik_filn/imenno_po_etoi_prichine_issledovatelskii_interes_burde_napravlen_na_problemu_ratsionalizatsii.php.

Arguments Against Using ICT in Education. URL: www.otec.uoregon.edu/arguments_against.htm.

Ball S. J. Bourdieu's Method. An Exposition and Application. Institute of Education, University of London. URL: www.deptedu.ccu.edu.tw/blog/file/090508ball.pp

Bourdieu P. Autonomie et droit d'entrée // Science de la science et reflexivité. Paris: Raison d'agir, 2001. P. 91–109.

Chouliaraki L. W stronę analityki mediacji // Krytyczna analiza dyskursu. Interdyscyplinarne podejście do komunikacji społecznej. Kraków: Universitas, 2008. S. 305–342.

Clarke R. The digital persona and its application to data surveillance. URL: www.anu.edu.au/people/Roger.Clarke/DV/DigPersona.html.

Drabek M. Dominacja wzroku. Kryzys pisma po zwrocie wizualnym // Kultura — Historia — Globalizacja. 2010. № 8. S. 37–46.

Guide méthodologique de l'université numérique. Travaux conduits par la Caisse des Dépôts en partenariat avec la Conférence des présidents d'université. Paris: Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, 2009.

Girard R. Eating Disorders and Mimetic Desire. URL: www.uibk.ac.at/theol/cover/contagion/contagion3/contagion03_girard.pdf.

Grenfell M. Artistic Practice in the Twenty-first Century // Grenfell Occasional Paper. 2012. № 3.

Foss, Sonja K. «Invitational Rhetoric» Entry for Encyclopedia of Communication Theory. Ed. Stephen W. Littlejohn and Karen A. Foss. Thousand Oaks, CA: Sage, 2009, vol. 1, pp. 569–71.

Immersive education où comment innover en pédagogie. URL: www.pperes.wordpress.com/2009/05/17/immersive-education-ou-comment-innover-en-pedagogie/

Kampka A. Retoryka wizualna. Perspektywy i pytania // Forum Artis Rhetoricae. 2011. № 1. S. 7–23.

Konecki, K. T. Wizualna teoria ugruntowana. Podstawowe zasady i procedury / K. T. Konecki // Przegląd Socjologii Jakościowej. Tom VIII. 2012. Numer 1. № 4. S. 12–45.

Kozielska M. Edukacja akademicka w społeczeństwie informacyjnym // Edukacja Jutra. Tatrzańskie seminarium naukowe. Wrocław, 2004. S. 95–100.

Liotard J.-F. Les Immateriaux. Vol. 1. Inventair. Paris: Centre Georges Pompidou, 1985.

Melosik Z., Szkudlarek T. Kultura, tożsamość i edukacja: migotanie znaczeń: Wydanie: II poprawione. Kraków : Impuls, 2009.

Mitchell, W. J. T. Picture Theory: Essays on Verbal and Visual Representation. Chicago, 1994.

Mitchell, W. J. T. Iconology: Image, Text, Ideology. Chicago and London : 1997.

Mitchell, W.J.T. What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images. Chicago, IL: U of Chicago P, 2005.

Mitchell W. J. T. Showing seeing: a critique of visual culture // Journal of Visual Culture. 2002. Vol. 1(2). P. 165–181.

Prensky M., Digital Natives, Digital Immigrants. From On the Horizon // MCB University Press. 2001. Vol. 9 No. 5.

Rammert W. Relations that constitute technology and media that make a difference: toward a social pragmatic theory of technicization. URL: http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/SPT/v4_n3html/RAMMERT.html

Rogers R. Critical Approaches to Discourse Analysis in Educational Research // An Introduction to Critical Discourse Analysis in Education. New York: Routledge, 2011. P. 1–20.

Ruckriem G. Digital technology and Mediation — a Challenge to Activity Theory / G. Ruckriem // Культурно-историческая психология. 4/2010. – С. 30–38.

Morbitzer J. Autorytet nauczyciela w społeczeństwie informacyjnym. URL: www.up.krakow.pl/ktime/ref2007/Morbit_1.pdf.

Schäfer H., Seibert L., Hahne P., Tovar A., Stockmeier A. Bourdieu's Categories for «Field» Construction / An Open Access Publication related to the research project. Theory of religion. URL: www.uni-bielefeld.de/theologie/CIRRuS-downloads/Schaefer-ea_2009_CIRRuS_field-categories.pdf

Schnettler B. W stronę socjologii wiedzy wizualnej // Przegląd Socjologii Jakościowej Tom IV, Numer 3. 2008. S. 116–142.

Szkudliarek T. Media. Szkic z filozofii i pedagogiki dystansu. Kraków: Impuls, 2009.

Szpernalowski T. Problemy współczesnej kultury audiowizualnej. Media w kontekście edukacji. URL: <http://www.zsz7.pl/pdf/media.pdf>