

Литература и источники

1. Петроченко, А.Г. Взаимодействие региональных СМИ с субъектами инновационной инфраструктуры // Прикладные аспекты исследования медийного контента: материалы IV Междунар. Студенческой научно-практической конф., Киев, 22 марта 2013 г. / редкол.: В. Ризун [и др.]. – Киев, 2013. – С. 142–150.
2. Петроченко, А.Г. СМИ как фактор результативности взаимодействия комплекса «государство-инноватор-потребитель инновации» // Армия и общество. – 2013. – № 3 (35). – С. 12–19.
3. Лапшов, А.Б. Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики / А.Б. Лапшов, Е.Б. Кузнецов // «Медиаскоп», электр. научн. журнал факультета журн. МГУ им. Ломоносова [Электронный ресурс]. – 2011 г. – №1. – Режим доступа: <http://www.mass-mediascope.ru/taxonomy/term/304>.
4. Nordfors, D. Innovation Journalism, Attention Work and the Innovation Economy. A Review of the Innovation Journalism Initiative 2003–2009 // Innovation Journalism. – 2009. – Vol.6. – P. 1–46.

ПРОБЛЕМА РЕКОНСТРУКЦИИ СМЫСЛА ХУДОЖЕСТВЕННОГО ОБРАЗА

Букреева А. Н. (Москва, Россия)

Перспективы, обеспечивающие кросскультурный диалог, связаны с выяснением таких направлений поиска, как определение условий взаимопонимания людей внутри современной культуры в эпоху глобализации. Чаще всего под глобализацией понимают «стирание» граней между разными культурами. Основанием выступает общность экономических и политических связей, язык и коммуникация, создание общего информационного поля. На этом фоне важное значение должно быть отведено вопросам самоидентичности людей в связи с их соотносительностью с конкретной культурной средой (общая история, традиции и культурные ценности). Философскую актуальность приобретает также проблема интерпретации смысла художественных образов как основания для кросскультурного диалога, что делает актуальной проблему понимания и интерпретации художественного контекста образов культуры.

Рассматривая «типичное» и выделяя «особенное» в художественной культуре, исследователь постигает условия создания конкретных образов, раскрывает их содержание и смысл, воссоздавая эпистемологический контекст понимаемого. При этом отдельные произведения искусства (живописные полотна, скульптура, целостные архитектурные комплексы, народное творчество) рассматриваются как выразители определенного типа знания, которое они передают: мифологического, исторического или религиозного содержания. Наконец, художественные образы отражают реальные события жизни народа или той или иной исторической эпохи. Реконструируя эти образы, мы получаем целостное представление о данной



культуре, сопоставляя «особенное» и «типичное», например, выясняя условия объединения (пересечения близких) культур.

Интерпретация – центральная проблема герменевтики; объекты ее – тексты, письменные источники, факты истории, социальные явления, многочисленные образцы художественной культуры. Сопоставляя образы, знаки и смыслы культуры, можно выделить интегративные характеристики понятий культуры, возвышая их до уровня философских. Близость культур определяется общностью смысла художественных образов и их воплощения.

Проблема реконструкции смысла художественного образа предстает как эпистемологическая проблема, а изучение когнитивных особенностей творческой деятельности расширяет диапазон самой эпистемологии за счет герменевтического подхода. При этом герменевтика и эпистемология объединяются в единое проблемное поле. Различаем понятия, категории, термины и области их конкретного применения. Так, рассматривая «символы» культуры, мы рассуждаем о связи символа с познанием и типом мышления, которое характеризуется как «образное мышление», как воплощение неразрывного единства понятийного и образного мышления. Такой подход можно характеризовать как «типичный» для человеческого познания. Между тем способность воспринимать мир в образной и символической форме предполагает *репрезентативность*, понимаемую как способность представлять другой объект (явление, предмет нашего рассуждения), как способность выражать какую-то конкретную мысль или идею посредством использования других предметов, объектов или понятий. «Итак, чтобы понять смысл объекта, – отмечает Е.Н. Шульга, – интерпретатор должен решить, какой тип значения должен быть предписан ему. Другими словами, он должен выбрать тип управляющего понятия, на основании которого очевидные аспекты (свойства, качества) объекта должны быть синтезированы в единое целое. На этом этапе интерпретатор задает вопросы типа: "Что представляет или выражает объект?", "Частью чего он является?", "Он реален?" и "Как его объяснить?"» [1, с. 136]. В качестве «управляющего понятия» может выступать символика конкретного образа с его многоплановостью смысла.

Интерпретатор начинает с того, что выделяет главное в сюжете, выделяет так называемый первый план и перспективу. Такая работа интеллекта выражает незримую связь между *Автором* и *Интерпретатором*, способствуя появлению новых идей у самого толкователя – таких, которые дают импульс к созданию «нового образа» с его последующей интерпретацией, которая как раз и активизирует активное созерцание произведения искусства.

Художественный символ – это понятие с эпистемологическим значением; примыкает к понятию образ, и имеет отношение к законченному произведению, но вместе с тем, он позволяет опознать предмет и художественный замысел. «Предметность» образа и символа выступает как воплощенная в тексте или в конкретном материале (вышивка, роспись, графика, рисунок). Конкретная программа воплощения художественного

замысла (сюжет, стиль, художественные приемы, язык и т.д.) становится предметом философского изучения – как с точки зрения «техники» реализации замысла произведения искусства, так и с точки зрения понимания скрытого смысла. Именно в этом последнем случае можно говорить об актуальности герменевтики художественного образа и придавать смысл образу, интерпретировать его, определять его эпистемологическую ценность.

Слова имеют несколько значений в зависимости от контекста речи или содержания текста. Это касается и буквального смысла некоторых слов и понятий. Например, в русском языке (в русской православной традиции) слово «образ» и понятие «икона» – тождественны по смыслу. Мы говорим: «лик святого», подразумевая восприятие конкретного живописного образа этого святого, который может передаваться иконой или сюжетом целой картины. «Предметность» такого «образа» тождественна содержащемуся в нем смыслу. Визуально воспринимая, зрительно «схватывая» этот образ, мы моментально понимаем его назначение, например, его принадлежность к определенной исторической эпохе и культуре (в частности, опираясь на наши знания истории искусства, библейской истории и на знание особенностей вероучения). Рассматривая икону, мы «узнаем» ее, осознаем факт принадлежность ее к православной художественной традиции, понимаем ее исторические, византийские корни художественного воплощения данного образа и религиозный контекст, который стоит за ним. Этот аспект изучения художественных образов указывает на общие корни культуры многих народов. Реконструируя и выявляя глубинный, первоначальный смысл, мы распознаем эпистемологическое значение художественных образов, интерпретация которых как раз составляет цель герменевтического анализа [2]. Учитываем, что образ культуры понимается как данность и, одновременно, обозначает нечто большее, чем визуальный образ или артефакт. Образ содержит скрытый смысл, в результате реконструкции которого создается новый смысл. Этот процесс может приводить к бесконечному поиску символической связи смыслов. Преодолеть такую «однонаправленную» бесконечность, можно на основании специальной методологии. Например, разделить «текст» на уровни и подходить к ним предметно, различая главное и второстепенное, основной смысл и «сопровождающий» и описать его именно как «текст». Кроме того, следует выделить и различные уровни слоев интерпретируемой символики. Такой подход позволяет определить смысловую структуру художественного образа и на этой основе у нас создается картина, идентифицирующая данную культуру как встроенную в систему общекультурных ценностей.

Литература и источники

1. Шульга, Е.Н. Смыслообразование как эпистемологическая и герменевтическая проблема // Вестник гуманитарного факультета Ивановского государственного химико-технологического университета. – Вып. 7. – 2014. – С. 15–21.



2. Шульга, Е.Н. Воплощение воображаемых образов в художественном творчестве / Е.Н. Шульга, А.Н. Букреева // Проблема воображения в эволюционной эпистемологии. – М., 2013. – С. 166–184.

ТЕХНОГЕННАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО КАК ФАКТОРЫ ПРИНУЖДЕНИЯ

Верещако А. И. (Минск, Беларусь)

Немецкий философ Мартин Хайдеггер видел сущность техники в области раскрытия потаенного. Согласно мыслителю, на пути этого раскрытия потаенного стоит по-став (Gestell). Человек становится заложником Gestell, так как, то? что его окружает – природа, техника и технологии существуют способом состоящего-в-наличии [3]. Человек служит вещам, а посредством предметов и по-ставу. Потребляемые нами вещи (предметы, артефакты) становятся все более и более технологичными, так как предназначены для массового потребления. Обладание предметами зависит от многих факторов. Любой человек, различного социального статуса, класса, с разным уровнем дохода или образа жизни – потребляет вещи. Постепенно, выражение уникальности человека опосредуется способностью (возможностью) покупать вещи не такие как у других. В этом выражаются гендерные, классовые, возрастные и иные различия. Наиболее яркой экспликацией этого явления является автомобиль. Мы стремимся купить автомобиль предпочитаемой нами марки, с определенным двигателем, цветом кузова или салона, а также другими опциями. Все эти различия не являются существенными, они не функциональны и базируются на формальных признаках. Зато автомобили могут сильно различаться по стоимости. Жан Бодрийяр в «Системе вещей» [2] достаточно подробно описал эту тенденцию современного ему общества потребления. Однако, выбор «индивидуальных параметров» транспортного средства (или любого другого технического устройства), является не просто потребностью, он также служит определенным способом самовыражения личности.

Персонализация и социализация человека постиндустриальной эпохи происходит в «различии» потребления технических устройств и вещей в целом. Такой процесс имеет также серьезное экономическое основание. Незначительные, специфические различия нарочито продуцируются промышленным способом. Поскольку пример с автомобилем уже стал классическим, я также предлагаю рассмотреть его на этом примере. Общество потребления дает человеку иллюзию выбора, которая в свою очередь связана со свободой личности.

Давайте рассмотрим популярные у нас в стране модели известных автомобильных брендов: Peugeot 406, Volkswagen Passat, Toyota Yaris, Audi 6. Все эти автомобили производятся годами, если не десятилетиями. А чем, в сущности, они отличаются друг от друга? Компании не могут продавать одинаковое изделие долгий промежуток времени, тем более существуют так



This document has been
edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm