

АНТРОПОЛОГИЯ

С. С. Аванесов

ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ДИСЦИПЛИНА¹

В статье исследованы культурные и концептуальные основания формирования визуальной антропологии как современной междисциплинарной отрасли гуманитарного знания. Предмет визуальной антропологии составляют все доступные визуальной фиксации и трансляции формы выражения социокультурных смыслов. Визуальные образы занимают значительный сегмент культуры как социокоммуникативной системы. В настоящее время изображение превратилось в ведущее средство выражения и передачи значимой информации; зафиксирован и описан «визуальный поворот» в культуре, связанный с переносом акцента с семантического аспекта образа на его синтаксис. В связи с этим поворотом принципиально трансформируется онтология человека и культуры.

Ключевые слова: *антропология, культура, визуальный образ, визуальный поворот.*

Визуальная антропология – современная динамично развивающаяся междисциплинарная «отрасль» гуманитарного знания, опирающаяся на исследовательский опыт в сфере этнографии, социологии, истории, феноменологии культуры, феноменологии религии, социальной психологии, эстетики и семиотики. Предметом визуальной антропологии является **совокупность визуальных презентаций социокультурных сообществ и традиций**. Иначе говоря, в поле интереса визуальной антропологии попадают все доступные визуальной фиксации и трансляции формы выражения социокультурных смыслов – от базовых мировоззренческих установок до элементарных бытовых навыков и даже автоматических привычек. Визуальная манифестация такого рода смыслов представляет собой одно из средств организации коммуникативного пространства культуры (наряду с речевыми и письменными актами); формы и практики визуальных презентаций являются осмысленными только в контексте коммуникации. При этом ясно, что культура как таковая имеет *коммуникативную* природу и в целом представляет собой по сути не что иное, как сложную динамичную систему смысловых коммуникаций². Будучи фиксированными в *визуальных знаках*, культурные содержания

¹ Исследование выполнено в рамках проекта «Визуальная антропология: модели социокультурных коммуникаций», грант РГНФ 13-13-70001.

² У. Эко пишет, что в поле семиотического исследования «все феномены культуры рассматриваются как факты коммуникации»; поэтому, с точки зрения семиотики, ясно, что «все явления культуры *суть* системы знаков и что, стало быть, культура есть по преимуществу *коммуникация*» (Эко 2006: 35, 257); это замечание верно не только в отношении семиотики, но и в отношении любой дисциплины, исследующей культуру как человеческий *способ быть*.

становятся выразимыми, доступными для передачи и восприятия, образуя собой специфические единицы и «блоки» социально-антропологической информации, которые обеспечивают наличие коммуникативной среды как в синхронном, так и в диахронном измерениях.

Визуальная практика семиотически организует все пространство культуры, но при этом особым образом акцентуируется в «пограничных» культурных средах и в переходные (трансформативные) эпохи, иначе говоря, в таких хронотопных обстоятельствах, которые требуют от человека не только принятия, но и *демонстрации* своей социокультурной идентичности или *демонстративного* отказа от нее. Визуальная антропология способна обнаружить и исследовать специфический социокультурный тренд, характерный для конца XX – начала XXI в. Диагностированный для указанного времени «the pictorial turn» (Савчук 2010: С. 134–139; Мещеркина-Рождественская 2007: 28–42) сигнализирует о том, что для «пост-системного» общества состояние перехода становится нормальной (и даже нормативной) характеристикой. Система визуальных кодов в этих условиях превращается в базовый механизм саморегуляции общества и социальной группы, а следовательно – и в основной предмет научного анализа, применяемого с целью выявления состояния социокультурной сферы и построения моделей трансформации этой сферы. Визуальная антропология, таким образом, становится интегративной исследовательской дисциплиной, в русле которой должны быть созданы фундаментальные модели семиотической диагностики актуальных социокультурных трансформаций.

В последнее время все более настойчиво констатируется перенос внимания исследователей, работающих в сфере антропологии и культурологии, на проблемы и способы функционирования *образа* в коммуникативной среде; «дискурс об образах» (Инишев 2011: 86) стал заметной частью гуманитарных исследований. Определяя причины такого когнитивного сдвига, указывают, как правило, на очевидные трансформации самой социокультурной реальности: прогрессирующую имагинизацию социальной сферы, возрастание роли изображения «в производстве и трансляции знания» (Инишев 2011: 86). Правда, такие определения положения дел в современной культуре обращают наше внимание лишь на его *количественные* аспекты; действительно, когда социальная среда не была имагинизированной? Когда отрицалась полезность изображения для передачи знания и опыта? Современные технические средства значительно увеличивают возможности производства и тиражирования изображений, но не в этом суть *качественного* изменения в области визуально-антропологических практик.

Во всяком случае, констатация очередного культурного «поворота» стала общим местом в культурологических текстах. Как бы этот «поворот» ни именовался – «иконическим», «пикторальным», «имагинальным» или «визуальным», его суть описывается примерно одинаково. Данный термин «фиксирует отход в средствах коммуникации от вербального способа к визуальному» (Савчук 2010: 134). Значимая информация кодируется преимущественно через визуальные (оптически воспринимаемые) формы и устойчиво ассоциируется с ними. Образ перестает восприниматься отдельно от «реальности» в качестве ее «презентации», но сам начинает включаться в реальность, сливаться с ней, «производить» ее. Визуальное оказывается неустранимым из реальности, а реальность – немислимой вне своей визуальной данности. Господство «образных» средств коммуникации трансформирует саму суть восприятия, что «ведет к изменению представлений о реальности» (Савчук 2010: 134–135). Можно, таким образом, констатировать очередную смену господствующего типа фиксации

и передачи информации (точнее, трансляции культурно значимых смыслов): вербальный и текстуальный (письменный) типы уступают место визуальному. *Показать* при нынешнем развитии технических средств оказывается гораздо проще, чем *рассказать*. Визуальное воздействие на человека сегодня является более быстрым и существенным, чем воздействие через письмо или «вербальный язык» (Савчук 2010: 138).

Одним из мотивов указанного «поворота» можно считать своеобразную социокультурную реакцию на «лингвистический поворот», протест против «лингвоцентризма» (Инишев 2011: 86). Слово (устное или письменное) менее впечатляет, чем наглядный образ; вербальный язык, когда он неизвестен, служит препятствием к взаимопониманию, затрудняет или прерывает коммуникацию; многие культурные и психологические реалии плохо поддаются (или вовсе не поддаются) выражению в словах, но могут быть переданы через изображения, визуальные знаки. Социум, в своих аксиологических основаниях ориентированный на *эффективность*, закономерным образом начинает опираться преимущественно на визуальные формы коммуникации. Оптически данное не нуждается в сложных системах декодирования, резко сокращает зазор между сообщением и его восприятием. Более того, визуальный образ становится средством *прямого* действия, выступая в современной культуре как *самодостаточный и саморепрезентативный*.

В визуально «организованной» культуре образ перестает быть тем конструктом, функцией которого «является чистое отражение, от себя ничего не привносящее» (Савчук 2010: 135); он перестает быть изображением *чего-то*. Теоретическая критика и практическое преодоление миметической (референциалистской) модели образа – это и есть базовая предпосылка и основное содержание «визуального поворота» (Инишев 2011: 87). Иначе говоря, суть данного поворота даже не в том очевидном и технически фундированном факте, что визуальное стало играть ведущую роль в культурной коммуникации, а в том, что визуальное стало самодостаточным, отсылающим только к самому себе, а не к какой-то сверхвизуальной реальности, которую оно должно было бы обозначать. Такой поворот, по сути, представляет собой «перевод иконического дискурса из вертикальной плоскости в горизонтальную» (Инишев 2011: 87), то есть из плана референции в план структуры; это означает приоритет темы синтаксических отношений между элементами образа (или между образами в «поле» образов) в ущерб теме отношения между иконическим знаком и его референтом, «приоритет синтаксиса над семантикой» (Инишев 2011: 87). В этом и состоит специфика современной культурной ситуации, именуемой термином «the pictorial turn». Если до сих пор образ воспринимался и понимался как «модель» реальности, отличимая от самой реальности, то ныне в нем усматривают *самостоятельную, самовоспроизводящуюся, самореферентную* реальность (Савчук 2010: 137).

Отсюда следует, что такого рода поворот оказывается одновременно и сдвигом в мировосприятии, трансформацией онтологии. Изображение перестало отсылать к реальности, сосредоточив всю реальность в себе самом. По словам В. В. Савчука, «конструкция *объективного* отображения или изображения реальности утратила фундамент. Референт изображения оказывается под вопросом. Идея адекватности отступает перед свободным выбором представления одной и той же реальности... Мы не интерпретируем то, что видим, *мы изображаем то, что представляем*. Реальность выступает лишь как архив или склад, откуда отбирается или заказывается необходимое для производства образов» (Савчук 2010: 136–

137). Иначе говоря, не только вся реальность изобразима, но и нет никакой другой реальности, кроме изображенной. Кроме того, с ликвидацией референциального параметра образа исчезает и вопрос о «правильности» изображения; последнее теперь оценивается не по точности воспроизведения реальности, а по эффективности его воздействия на адресата: приоритет смещается от адекватности к функциональности.

С одной стороны, такая позиция ставит под сомнение то, что можно было бы назвать «метафизикой человека», покушается на сами основания его бытия. Действительно, если визуальные знаки и знаковые системы уже не репрезентируют лежащие где-то «за» видимым невидимые (ноуменальные) сущности или структуры (то есть, по сути, уже не имеют «знаковой природы» в точном смысле слова), то тем самым теряется онтологическая «глубина» существования, а «всякое исследование структур коммуникации выявляет не какую-то залегающую в глубине структуру, а отсутствие структуры, локус непрестанной “игры”» (Эко 2006: 31). Суть бытия человека оказывается лишенной трансцендентного измерения, «размещенной» в поле случайного мелькания псевдознаков (симулякров) (Аванесов, Спешилова 2012: 212). Такое восприятие визуального образа «смещает фокус внимания с того, что он представляет помимо себя, или... через себя, на то, что он представляет из себя» (Савчук 2010: 135–136). Когнитивное отношение к образности заменяется технико-эстетическим, предполагающим, что все визуальные образы суть «такие эстетические реалии, которые не могут быть сведены к сигнификации; их следует рассматривать просто как наличные» (Эко 2006: 266), ничего собой не выражающие. Поскольку же *вся* антропологическая реальность сосредоточена в такого рода образах, постольку и отношение к реальности становится техническим, манипулятивным.

С другой стороны, такой «поворот» позволяет акцентировать *онтологический характер самой коммуникации* и тем самым преодолеть одну из старейших рационалистических иллюзий – иллюзию возможности определения человека помимо и вне его коммуникативных актов. «Корни всякой коммуникации, – пишет Эко, – уходят не в Код, а в отсутствие какого бы то ни было кода» (Эко 2006: 32). Это значит, что мы не можем говорить отдельно о *человеке* и отдельно о *коммуникации*, в которую он вступает (что позволило бы предполагать еще и некие «правила» или «коды» такой коммуникации, соблюдение которых было бы *условием* осуществления этой коммуникации); человек как таковой *есть* (существует) в коммуникации; человек по определению *есть* коммуникативное сущее. Суть бытия человека – коммуникация, *быть* для человека означает *быть-в-общении*, коммуницировать, в том числе и посредством визуальных образов. Визуальный поворот нашего времени помогает заново актуализировать библейско-патристическое представление о человеке как «образе Бога-Троицы», *бытие* Которого описывается как вечная *коммуникация* трех Лиц.

Имея в виду описанную выше культурную тенденцию, можно сформулировать три основные теоретические позиции в сфере аналитики визуального образа:

1) образ – это «отражение» реальности или «указание» на реальность (знак); такая позиция в конечном итоге означает, что сам образ – *не* реальность, а только семиотически значимый «посредник» между реальным человеком и реальным миром. С этой точки зрения ведущая характеристика образа определяется как *медальность*. Данный подход характерен для классического европейского рационализма – от Аристотеля до позитивистов;

2) образ – это *вся* реальность; он ни на что не указывает, кроме себя самого; доступа к не-образной (невидимой) реальности у нас нет, следовательно, реальность полностью

исчерпывается визуальностью. Образ утрачивает свою семиотическую (знаковую) функцию и становится самодостаточным, при этом ни от чего «иног» не отличаясь, поскольку ничего «иног» нет; реальное отождествляется с изображенным. Такая позиция означает господство тотального эстетизма. Ведущая характеристика образа в таком его понимании – *имманентность*. Данный подход характерен для постструктурализма и постмодернизма;

3) образ – это неустранимый аспект реальности, включающей и не-образные (не-визуальные) характеристики. Такое понимание образа предполагает, что *человеческая* реальность (а иной реальности мы и не знаем) обязательно включает в себя и собственные презентации; визуализация действительности, как и интеллектуальная рефлексия над ней, входит в саму реальность культуры и, следовательно, «человеческой природы». Таким образом, презентация реальности (первая позиция) и реальность презентации (вторая позиция) утрачивают свой эксклюзивный характер и перестают противоречить друг другу именно в рамках третьей позиции, которую можно охарактеризовать как *интегральную* в отношении первых двух. Ведущая характеристика образа здесь – *инклюзивность*: изображение рассматривается в таком контексте, в котором реальность человека *включает в себя* и презентацию этой самой реальности. Названная теоретическая позиция в визуалистике пока лишь намечена, но еще далеко не проработана на должном концептуальном уровне.

Несмотря на глубокую и очевидную культурную укорененность визуальности, а также в известном несоответствии с требованиями времени («спросом», «социальным заказом» и т. п.), визуальная антропология до сих пор остается концептуально неоформленной и развивается по преимуществу экстенсивно и стихийно. Это развитие являет собой нарастающий вал достаточно изолированных друг от друга исследовательских программ в области этнографии, эстетики, социологии, семиотики, истории, философской антропологии, искусствоведения и т. п.; при этом единое исследовательское поле, в рамках которого реализуются указанные программы, интуитивно угадывается и даже периодически обсуждается, но пока что без какого-либо достаточного *теоретического* обоснования этой общности. По признанию одного из главных авторитетов в данной области (Джей Руби, Temple University, США), визуальная антропология, получив концептуальную проработку, могла бы добиться интеграции всех тех отдельных дисциплин, которые пока что порознь изучают «видимые» аспекты культуры – от невербальной коммуникации, танцев, ритуалов до строительных сооружений и произведений материальной культуры. Но хотя визуальные антропологи продуктивно трудятся во всех этих областях, им недостает ясной и общепринятой «антропологии визуальной или изобразительной коммуникации» [anthropology of visual or pictorial communication]. Учитывая очевидную фрагментарность современных теоретических изысканий, заявляет Руби, кажется маловероятным, что такая общая теория возникнет когда-нибудь как общепринятая. При наличии потребности в концептуализации всей широчайшей области визуалистики на деле в визуальной антропологии доминирует интерес к изобразительным медиа [pictorial media] как средствам сообщения антропологического знания, то есть прежде всего этнографическим фильмам и фотографиям и лишь во вторую очередь ставится вопрос об изучении «изобразительных манифестаций культуры» [pictorial manifestations of culture] (Ruby 1996).

Названный недостаток указывает не только на то, что визуальная антропология до сих пор не имеет единого концептуального основания, но и на очевидную неоднородность этой дисциплины. До известной степени схематизируя положение дел в данной области

исследований, можно говорить о *трех уровнях*, на которых реализуется визуальная антропология. Во-первых, это *концептуальный* уровень, сфера рефлексии базовых дефиниций и принципов визуалистики. Здесь визуальное (изобразительное) должно быть определено с точки зрения онтологии человека и культуры как один из важнейших и специфических экзистенциальных параметров антропологии. На данном уровне должны быть задействованы ресурсы философии. Во-вторых, это *методологический* уровень, на котором должны быть определены когнитивные подходы и методы, ориентированные на релевантное постижение визуальных реалий в различных сферах «конкретной» антропологии – в этнологии, археологии, истории, социологии и т. д. В-третьих, это *инструментальный* уровень, на котором ставятся и решаются задачи «прикладного» характера, связанные с использованием технических средств регистрации, консервации, рубрикации и трансляции визуальных феноменов культуры. Для каждого из названных уровней должен быть характерным свой тип дискурса: теоретический, методологический, операциональный.

Институциональное оформление визуальной антропологии началось с третьего уровня, т. е. прямо с практики. Обобщение опыта практического использования визуальных средств мотивирует разработку и детализацию методологии обнаружения, сбора и интерпретации зафиксированных визуальных данных. Попытки же общей теоретической концептуализации визуальности только начинают предприниматься. В настоящее время идет полемика о предмете и, соответственно, – о границах и методах визуальной антропологии (Александров 2003; ВАК 2006; Трушкина 2011). Остается открытым вопрос о философских основаниях этой дисциплины, о сути и значении визуального в системе социокультурных – дефинитивных, деонтических и коммуникативных – практик. Дискутируется проблема характера, а также культурного и онтологического статуса визуального образа; определяется и переопределяется понятие визуального источника (оказавшееся особо дискуссионным в свете опыта съемок так называемых «этнографических» фильмов). Визуальная антропология активно формируется как интегральная исследовательская дисциплина, в центре внимания которой оказываются визуальные акты – человеческие действия или связанные совокупности действий (как одновременных, так и последовательных), имеющие отношение к визуальному образу, то есть представляющие собой активность, направленную на производство, трансляцию и использование визуального образа. Предельная активизация визуального сектора культуры обуславливает актуальность визуально-антропологических исследований и делает визуальную антропологию одним из наиболее динамично развивающихся направлений современного гуманитарного знания.

Список литературы

1. Аванесов, Спешилова 2012 – Аванесов С.С., Спешилова Е.И. Антропология игры // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2012, 4 (119). С. 208–213.
2. Александров 2003 – Александров Е. В. Опыт рассмотрения теоретических и методологических проблем визуальной антропологии. М., 2003.
3. ВАК 2006 – Визуальные аспекты культуры / ред. Круткин В. Л., Власова Т. А. Ижевск, 2006.
4. Инишев 2011 - Инишев И. Н. Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2011, 4 (16). С. 86–93.
5. Мещеркина-Рождественская 2007 - Мещеркина-Рождественская Е. Ю. Визуальный поворот: анализ и интерпретация изображений // *Визуальная антропология: новые взгляды на социальную реальность*. Саратов, 2007. С. 28–42.

6. Савчук 2010 – Савчук В. В. Иконический поворот // Философские науки. 2010, 5. С. 134–139.
7. Трушкина 2011 – Трушкина Е. Ю. Визуальная антропология: этапы становления и развития // Вестник МГУ. Серия 7: Философия. 2011, 1. С. 89–100.
8. Эко 2006 – Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. СПб., 2006.
9. Ruby 1996 – Ruby Jay. Visual anthropology // Encyclopedia of cultural anthropology. N.Y. // <http://astro.temple.edu/~ruby/ruby/cultanthro.html>, 1996.

Аванесов С. С., доктор философских наук,
профессор, зав. кафедрой философской и педагогической антропологии.
Томский государственный педагогический университет.
iskiteam@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 29.11.2012

S. S. Avanesov

VISUAL ANTHROPOLOGY AS A RESEARCH DISCIPLINE

Key words: *anthropology, culture, visual image, the visual turn.*

Visual Anthropology is a modern dynamic interdisciplinary "industry" of the humanities, based on research experience in the field of ethnography, sociology, history, cultural phenomenology, phenomenology of religion, social psychology, aesthetics and semiotics. The subject of visual anthropology is a set of visual presentations of social and cultural communities and traditions. In the interests of visual anthropology we get all available visual fixation and transmission of social and cultural forms of expression of meaning. Visual images take up a significant segment of the culture as a social-communicative system. Currently, the image has become a leading medium of expression and transmission of important information. "Visual turn" in the culture, which is associated with the focus shift from the semantic aspect of the image to its syntax, is recorded and described. Human ontology and culture fundamentally transformed in connection with this turn. The question about the "correctness" of the image disappears because of the elimination of its referential parameter. The image is now measured not by fidelity of reality, but on the effectiveness of its impact on the recipient: the priority shifts from its identity to its functionality. Since the entire anthropological reality is concentrated in this sort of images, the attitude to reality becomes technical, manipulative. Visual anthropology is actively formed as an integral research discipline, the focus of which is on visual acts - human action or set of actions (both synchronous and consecutive), relating to the visual image, i.e. is an active, aimed at the production, broadcast and use of a visual image. Limiting activation of visual culture sector determines the relevance of research in visual anthropology and makes it one of the most dynamic areas of contemporary humanities.

Avanesov S. S.
Tomsk State Pedagogical University.
Tomsk, ul. Kievskaya 60.
634061 Russian Federation.
iskiteam@yandex.ru