

ВИЗУАЛЬНАЯ АНТРОПОЛОГИЯ: ОБРАЗ, СУБЪЕКТ И КОММУНИКАЦИЯ

Статья посвящена исследованию коммуникативной функции образа. Автор производит различение понятий «образ», «облик» и «изображение», анализирует основные характеристики образа как культурного медиатора.

Ключевые слова: визуальная антропология, коммуникация, культура, образ, фрагмент, субъект.

Человек есть существо, реализующее себя лишь в коммуникативном бытии. Поэтому та реальность, которая соответствует человеческому способу быть, с неизбежностью является реальностью осмысленной, подверженной рефлексии на основе обмена опытом и поддающейся трансформации в результате синхронных и диахронных действий. Принципиальное отсутствие человеческой «сущности» как непереносимое условие такого бытия [1, с. 83] не отрицает идентичности конкретного человека, но, напротив, предполагает активную личностную идентификацию, но только в качестве свободного, ответственного, открытого в своих возможностях самосозидания. Конструируемая самим человеком идентичность, таким образом, представляет собой не жестко детерминированную реализацию (разворачивание, раскрытие) некоей принудительно навязанной, «врожденной» ему имплицитной сущности, но самостоятельно создаваемую в коммуникативном поле индивидуальность. Эта коммуникативная среда и есть человеческая культура (ср.: [2, с. 43]). «Глубочайшая сущность человека – как существа, культурного по своей природе, – позволяет ему найти вполне удовлетворительное отождествление лишь в культуре и с культурой» [3, с. 50]. Человек как существо, способное определять и переопределять самого себя, ориентируется в этом собственно человеческом праксисе на те культурные «эталонные», которые сохраняются и транслируются культурой. Способы трансляции указанных аксиологических образцов могут быть обозначены как языки культуры; среди этих языков все более важное место занимают системы визуальных образов. Ниже пойдет речь о специфике и функциях образа в коммуникативно «устроенном» бытии субъекта.

В последние десятилетия очевиден перенос акцента с вербальных на визуальные способы организации и интерпретации коммуникативных пространств и актов. Эта очевидность маркирована термином «визуальный (пикториальный, иконический) поворот» [4, 5]. «Вербальные трансляции культуры доминировали в эпохи, когда символом было слово. <...> Впечатления, рождаемые визуальностью, стали наполнением повседневности современной культуры. <...> Степень распростра-

ненности новых коммуникационных средств изменила соотношение между каналами трансляции в пользу столь явного преобладания прагматики и синтактики, что это сделало долю семантики ничтожной. В принципе, именно это заставляет возлагать вину за трансформацию культуры на современные коммуникативные средства» [6, с. 15]. Сфера визуального становится все более самостоятельной, теряет свой со-общительный характер, утрачивает функцию медиатора между субъектом и не-визуальной реальностью. Иначе говоря, наблюдается активное «вытеснение семантики из коммуникативного пространства, грозящее вызвать необратимые трансформации культуры» [6, с. 17]. Диагностика культурных сдвигов и прогнозирования формирующихся социокультурных и антропологических трендов теперь уже невозможны без опоры на аналитику визуальности.

Анализируя место образа в человеческом существовании, всегда надо иметь в виду две особенности названного феномена: его визуальный характер; его коммуникативные функции. Названные особенности образа, в свою очередь, требуют дополнительного терминологического уточнения. Это необходимо хотя бы для того, чтобы невольно не смешивать термины «образ» и «облик», указывающие, казалось бы, на одно и то же: оптически данную внешность объекта. Понятия образа и облика различаются прежде всего в смысловом отношении. Образ не совпадает с обликом (внешностью): рисунок пером, черно-белая фотография, контур, силуэт, схема явным образом не тождественны «подлинному» облику того, что они изображают; однако всякое такое изображение несет в себе по-своему выраженный образ изображенного. Ни статичность, ни плоскостной характер изображения не соответствуют динамичности и объемности наблюдаемого облика. Тем не менее (а точнее, именно поэтому) мы способны воспринимать содержание изображения как образ «предмета» в его отличии от внешности этого «предмета».

Более того, указанные феномены различаются и функционально. Восприятие внешности (облика) означает опознание, восприятие образа означает получение сообщения. Иначе говоря, «внешность» – понятие, связанное с пространственной

ориентацией субъекта, обладающего способностью визуального восприятия; «образ» – понятие, описывающее коммуникативную ситуацию. При этом мы способны различить в образе как сообщении два коммуникативных слоя: денотативный (прямое сообщение) и коннотативный (непрямое сообщение). Крайний случай несовпадения денотативного и коннотативного слоев образа – это визуальный знак. В конечном итоге образ – это то, что оптически воспринимается как знак (в самом широком диапазоне значений этого термина), а облик – то, что оптически воспринимается как признак.

Знаковая природа образа означает его принадлежность к сфере культурно-антропологических практик. Внешность есть (имеется в наличии), но образ создан. Поэтому образ всегда присутствует в опыте как коммуникативный конструкт, «наиболее общая форма выражения» [7, с. 266] идеи, мысли, желания, побуждения, сообщения и т.д. Ситуация, конечно, принципиально трансформируется, когда человеком принимается установка, согласно которой «естественная» реальность в целом полагается как тотальный нарратив (абсолютное сообщение) и потому приобретает семиотический характер. Но до тех пор, пока коммуникация переживается в опыте как сфера обмена информацией, производимой, передаваемой и принимаемой человеческими субъектами, образ и внешность строго различаются.

Образ есть содержание изображения. Так, определяемый образ конституируется в этом своем качестве совершенно независимо от проблемы наличия или отсутствия его «реального» референта. Тема реальности изображенного (было или есть «на самом деле» то, что изображено; а если было или есть, то так ли оно было или есть) является дополнительной, вторичной, т. е. относится уже не к самому визуальному сообщению, а к его истолкованию. Поэтому образ является предметом визуальной семиотики и искусствоведения, а проблема его референции – предметом культурологии, совершенно иной гуманитарной дисциплины. Образ, лишенный всех своих историко-культурных и информационных «измерений» (иначе говоря, воспринимаемый далеко не во всей своей полноте), оказывается предметом чисто эстетического восприятия. Полнота образа открывается в его интегральном осмыслении, в поле содействия семиотики, теории и истории искусства, эстетики и культурологии.

Для точности выражения мысли и ясности выводов следует сосредоточиться здесь на строгом понятии слова «образ», не принимая во внимание его риторические, метафорические или «автоматические» (типа образа жизни) употребления. В настоящее время общим местом стало утверждение о

полисемантической термина «образ», за которым якобы «скрываются десятки понятий, объем которых находится в интервале от материальных объектов до зрительных представлений» [8, с. 168]. От такой «полисемантической» необходимо отказываться в каждом случае, когда слово «образ» можно заменить иными – терминологически не синонимичными – словами или выражениями, более подходящими по смыслу. Например, попытка определить образ как некий «феномен», обладающий и субъективным, и объективным бытием и потому способный находиться «вне человеческой психики» [8, с. 168], требует употребления более уместных здесь терминов «идея», «эйдос» (если имеет место платонический дискурс; ср. *Кратил* 390 a–b) или «внешность», «облик» (в контексте «натуралистической» установки в самом широком смысле). Ни онтологически полагаемая идея, ни физическая внешность вещи сами по себе не предполагают коммуникативного пространства и не продуцируют его; поэтому их обозначение термином «образ» не является уместным. Иначе говоря, любая речь об «образе», опирающаяся на презумпцию его «объективного» наличия вне коммуникативной среды, должна быть диагностирована как случай неверного употребления термина.

Согласно другому типичному представлению, образ есть «любой репрезентант, представляющий какой-либо объект» [8, с. 168]. Такой способ определения образа «стирает грань между образом, знаком, символом, моделью, чертежом и т. п.» [8, с. 168], т. е. между собственно образом и многочисленными визуальными и невизуальными репрезентантами. Данное понимание образа базируется на неразличении собственно образа и изображения, хотя очевидно, что, например, такие репрезентанты, как рисунок, скульптура и фотография, принципиально отличаясь друг от друга как разные способы изображения, могут тем не менее служить для фиксации (трансляции) одного и того же образа. Не менее важно и то, что указанное определение является слишком расширительным; так, в фонетических системах письма слово, обозначающее предмет, является его акустическим или графическим репрезентантом, но вовсе не является его образом.

Наконец, достаточно распространено определение, согласно которому образ есть «чувственный аналог, копия предмета, возникающая в результате его отражения психикой» [8, с. 168]. Даже если не ассоциировать эту позицию с пресловутой «теорией отражения», но стараться вести речь прежде всего о некоем «структурном соответствии» [8, с. 168–169] психического образа и физического оригинала, приходится признавать: не все, что «отражается» человеческой психикой, представляет

собой образ отраженного. Во-первых, при таком подходе понятие образа неоправданно расширяется за пределы визуальных параметров. «Образ соснового леса может включать в себя не только визуальные ощущения, но и звуковые (шум сосен, вызываемый ветром), и обонятельные (запах хвои)» [8, с. 169]. В строгом смысле, однако, образ леса не включает в себя ничего невизуального; названные же выше явления не включены в образ леса, но являются продуцентами определенных визуальных компонентов его целостного образа; они не входят в состав образа, но порождают, «вызывают» его. Верно, впрочем, и обратное: визуальный образ леса может породить представление или личное воспоминание о шуме ветра в соснах и о запахе хвои. Во-вторых, при таком понимании образа теряется принципиальное различие между предметом и его образом. Образ тогда «есть совокупность чувственных сигналов, изоморфных содержанию объекта-оригинала и субъективно переживаемых в качестве самого объекта» [8, с. 169]. Но в таком случае нет оснований для различения образа предмета и самого предмета: либо, впадая в иллюзию, мы видим образ некоего предмета, но воспринимаем его как сам предмет (т. е. субъективно «располагаем» вовсе не образом, а самим предметом); либо мы имеем в виду, что никакой предмет сам по себе не может быть дан нам как-либо иначе, нежели «в образе», «в виде» этого предмета, причем единственный подлинный, неподдельный образ вещи — это она сама в своем визуальном облике. Только при наличии какой-либо из названных установок можно говорить о том, что предмет и его образ «субъективно переживаются» в качестве чего-то неразличимого. Не о таких маргинальных ситуациях «обмана зрения» или «недоверия подделке» идет речь, когда мы ставим вопрос о коммуникативных аспектах образности.

Образ, зафиксированный в материи, объективированный в веществе, есть изображение (не в девербативном, а в «предметном» смысле этого слова). Образ есть то, что изображено; изображение — способ наличия образа в пространстве культуры. Изображение является предметом анализа тогда, когда осознана необходимость вести речь уже не только о самом образе, но и о способах его фиксации, презентации, трансляции, рецепции, интерпретации, цитации и так далее, т. е. о конкретных формах присутствия образа в реальной человеческой практике. При этом изображение необходимо столь же строго отличать от образа, как и образ от внешнего вида. Когда утверждается, что образ «обладает свойством интенциональности, переживается человеком в качестве находящегося вне его психики предмета материального мира» [8, с. 169], тогда происходитвольная или невольная подмена

термина и, следовательно, производится неверный вывод. Действительно, в качестве объективно данного «предмета» может выступать для субъекта отнюдь не образ, а либо доступный зрительному восприятию «элемент» действительности в его внешнем облике, либо изображение как материально воплощенный образ. Сам же образ как таковой никогда не переживается субъектом в качестве «предмета материального мира».

Будучи по своей сути принципиально отличным от предмета, образ тем не менее всегда обладает такой характеристикой, как предметность. Изображение несет семиотическую нагрузку лишь в том случае, если его содержанием является образ чего-то. С предметностью образа напрямую связана его осмысленность и, следовательно, его способность исполнять функцию медиатора в коммуникативном акте. Мы осмысленно воспринимаем изображенный образ благодаря тому, что в нашем распоряжении находится «конвенциональность имитативных кодов», неких понятных нам способов «передачи сходства» [9, с. 164]. Мы идентифицируем образ в качестве образа именно потому, что располагаем соответствующими рецептивными кодами. Благодаря им, в частности, мы легко компенсируем такой, казалось бы, неустранимый недостаток изображения, как его содержательная фрагментарность.

Изображение в своей коммуникативной функции всегда несет на себе признак фрагментарности. Дело не в том, что содержанием всякого изображения может стать лишь фрагмент реальности в целом. Воспринимаемое в качестве законченного целого изображение функционирует как предмет созерцания, как визуальное данное эстетический объект. Созерцание изображенного фрагмента реальности часто оказывается самодостаточным, не требующим ни знания, ни представления о том, частью чего он является. Если фрагмент хорош сам по себе, если он привлекает взгляд, то этот фрагмент вступает в поле нашего зрения как своего рода целостность. Он предстает нам как достаточное для нас, исчерпывающее себя целое. В таком случае нас не интересует конкретный «контекст» данного фрагмента; нас не интересует все то, во что он «вставлен» (или был «вставлен»), так сказать, «на самом деле», «в реальности»; все то, что находится за границами так воспринимаемого нами предмета, мы не имеем в виду. Он ценен для нас как таковой, сам по себе; его эстетическая ценность или привлекательность не зависят от того, каково то «целое», частью которого он «объективно» является. В конечном счете эстетическое отношение к фрагменту означает восприятие его субъектом как самодостаточного, самоценного, то есть как целого. В поле чисто эстетического восприятия

любой фрагмент оказывается целым, не имеющим продолжения вне себя самого. Вне связей с прочим такой предмет эстетического созерцания доступен лишь для «синтаксического» восприятия и анализа. Синтаксис, лишенный семантики и прагматики, не способен инициировать семиотическую ситуацию в целом.

Однако культурно-коммуникативный акт совершается тогда, когда субъекту доступны все семиотические слои наблюдаемого им образа. В частности, определенный культурно-коммуникативный контекст обуславливает адекватность восприятия смысла, который может и не совпадать с содержанием изображения. Когда мы видим скульптурный бюст, например на выставке, в музее или в виде памятника в публичном месте, мы воспринимаем его как один из принятых способов изображения человека, и, как правило, у нас не возникает впечатления, что мы видим отрубленную голову [9, с. 165]. Живописный портрет зачастую представляет зрителю только фрагмент персонального облика, но при этом воспринимается как портрет человека, а не как изображение ограниченного участка человеческого тела. Фрагментарность содержания изображения компенсируется через восприятие его смысла.

Любое изображение фрагментарно, поскольку ограничено. Особенно это ясно, когда мы узнаем на картине героев какой-то истории (реальной или вымышленной); тогда для нас это не просто так или иначе одетые люди в тех или иных положениях, а герои сюжета, который простирается за рамки картины. Изображение – лишь фрагмент чего-то большего; но именно потому, что оно не самодостаточно, не замкнуто на себе, его содержание для нас имеет смысл. Целостное, законченное на самом себе изображение было бы красивым или безобразным, изысканным или примитивным, но совершенно непонятным. Иначе говоря, художественное изображение является таковым, если оно в определенном смысле «больше самого себя»; и поэтому оно, показывая себя, рассказывает о большем. Чтобы выполнять эту функцию, изображение должно нести в себе обязательное качество фрагментарности. И тогда мы не просто рассматриваем женщину с отрубленной мужской головой на блюде, а видим Саломею (ср.: [13, с. 195]).

Даже натюрморт, будь он идеально композиционно законченным, имеет предполагаемое продолжение: фрукты, цветы и дичь расположены на столе, но стол не исчерпывает собой всю реальность; он потому и воспринимается как стол, что ему (по нашему опыту) надлежит быть помещенным, как правило, в комнату или в дом; стена на заднем плане – тоже необходимая часть помещения. А дом, в свою очередь, помещен в город или село, в конеч-

ном итоге – в мир. И натюрморт – лишь видимая часть этого мира. Не говоря уже о том, что, узнавая фрукты, цветы и другие предметы, называя эти элементы картины их родовыми именами, мы воспринимаем их как отдельные (отделенные) экземпляры «натуры» или «культуры», остающихся за границами изображения.

Сказанное имеет отношение и к фотографии. В принципе, любая фотография демонстрирует нам только часть реальности, ее ограниченный фрагмент. Мы знаем, что реальность шире фотографии; мы знаем, что снимок образован рамкой, отсекающей все то, что становится «внешним» благодаря этому ограничению. Если снимок не имеет ясно обозначенной локализации, если он ничего не сообщает о точном адресе изображенного, то мы получаем возможность нечто предположить о том, где расположен снятый фотографом объект, достроить «контекст» снимка. Но даже если изображение никак не намекает на этот адрес, если «контекст» снимка остается для нас абсолютно темным, мы способны получить впечатление и приобрести определенное эмоциональное отношение к данному изображению. Мы чувствуем, что «это прекрасно», или «это впечатляюще», или «это мрачно». Неопределенность информации успешно компенсируется отчетливостью эстетического впечатления. При этом мы можем быть уверены только в одном: это расположенное «где-то в реальности» конкретное место однажды было зафиксировано взглядом фотографа и его техникой.

Что значит фотографическое изображение неизвестных людей для того, кто на него смотрит? Изображенные на фотографии люди – это просто анонимные персонажи, не связанные (или связанные очень приблизительно) ни с каким местом и временем, субъекты вне истории и вне контекста. Вот пример из книги Митча Каллина. Девочка Джелиза-Роза с куклой по имени Классик находят на чердаке старого дома коробку с фотоальбомами. В коробке «лежали шесть альбомов с фотографиями, но на черно-белых снимках мы не нашли ни одного знакомого лица: какие-то дети на самокате, на трехколесном велосипеде и на лошадке, мужчины и женщины на пикнике в поле, рыбалка, чья-то свадьба, длинный кирпичный дом в окружении других длинных кирпичных домов.

– Незнакомцы, – сказала Классик. – Никто» [10, с. 65]. И все же анонимные персонажи на снимках в восприятии ребенка успешно идентифицированы по возрастным и половым признакам, определен род их занятий и обстоятельства съемки. Контексты изображенного на фотографии доступны для прямой реконструкции даже тогда, когда отсутствует точная информация о месте, времени и именах участников происходящего.

Происходящее где-то происходит везде. Снимок неизвестного нам места мы имеем право локализовать где угодно, особенно если мы узнаем на снимке нечто типичное. «Фотограф, выделяя и запечатлевая место и момент в поле зрения, делает его и символическим, и глубоко резонирующим. И это не иллюзия, а обостренная реальность, которая предлагается нам. Возможно, взгляд простоты, – то, что св. Ефрем Сирийский называет „просветленным оком“, – может наделять нас способностью видеть мир подобным образом» [11, с. 14]. Мы не знаем того, кто изображен на снимке, но это не мешает нам узнавать в нем, скажем, человека, мужчину, офицера, немца и так далее. «Скользя взглядом по поверхности фотографии, мы видим там незнакомых людей, чья внешность и позы вызывают у нас ассоциации с известными нам типажам и ситуациями» [12, с. 8]. Так происходит обобщение по фрагменту, дефрагментация, восхождение от частного к общему, от элемента к структуре, от индивида к типу. Мы узнаем по фотографии нечто такое, что на ней не изображено. Ясно, что процедуру дефрагментации «запускает» именно фрагментарность самого изображения; целостность изображения означает пассивность субъекта в отношении видимого им.

Видимое – не всегда реальное для наблюдателя; видимое реально только тогда, когда касается видящего, имеет к нему отношение. Чистое наблюдение, отстраненное созерцание, по сути, означает отношение к происходящему как к нереальному. Наблюдаемое «со стороны» – исключительно объективно; так смотрит на окружающую действительность объектив автоматической видеокамеры. Это объективное постольку нереально, поскольку (в экзистенциальном смысле) оно нас не касается. Это происходит не с нами. Мы вне того, что мы наблюдаем со стороны. Мы не участвуем в том, что мы наблюдаем. Мы находимся в позиции наблюдателя не только тогда, когда рассматриваем чужие фотографии или смотрим фильм; ту же позицию невовлеченного зрителя мы можем занимать, например, читая газету или книгу. «Перед нашим мысленным взором как в кинематографе мелькают образы, мы ведем себя как зрители, нам не приходит даже в голову, что событие, о котором идет речь, тоже может нас коснуться» [13, с. 90]. Человек в этой позиции остается равнодушным к тому, что разворачивается перед его физическим или душевным взором, и потому он пассивен; здесь «нет и речи о том, чтобы смело выходить навстречу, смотреть в лицо ситуации и оценивать ее в самом лично значимом смысле этого слова» [13, с. 90]. Объективное событие-в-действительности не становится субъективно значимым событием-в-реальности [2, с. 47]. Наблюдатель безразличен к происходящему;

это безразличие основано на (сознательном или бессознательном) отношении к наблюдаемому «как к нереальному», как к тому, в реальность чего не верят [13, с. 91]. Отстраненная позиция предполагает «разглядывание», но не сопереживание. Так иногда смотрят на фотографии катастроф: впечатляюще, красиво, удачно снято, но не более того.

Границы образа не совпадают с границами изображения. И. Н. Инишев, к примеру, справедливо замечает, что образ «не имеет физических границ»; в этом смысле образ – это «внутримировая трансценденция» [14, с. 90]. Другими словами, изображение имеет измеримые пространственные границы, а образ их не имеет. Этот тезис влечет два теоретических следствия. Во-первых, границы образа необходимо суть, но они имеют смысловой, а не пространственный характер; наличие таких границ обуславливает различие образов. Во-вторых, воспринимаемый субъектом образ не есть одиночный и самодостаточный факт; он всегда – единичный экземпляр серии однотипных образов. В этом образе мы что-то узнаем, т. е. видим в нем (или посредством него) то, что нам каким-нибудь образом уже известно; производим, так сказать, семантическую апперцепцию.

Воспринимающий субъект является обязательным условием наличия конкретного материального объекта в качестве изображения, т. е. носителя образа. Именно взгляд на изображение, как признается многими, делает его таковым: «трансформирует физическую поверхность в иконическую плоскость» [14, с. 90; ср.: 4, с. 200]. На самом деле содержание изображения, конечно же, не формируется последовательным переходом от носителя (который вообще может быть скрыт, неясен или вовсе неважен для смотрящего) через вещественные средства изображения к самому «конструируемому» образу, а непосредственно дано наблюдателю. Открытие же таких аспектов изображения, как *tabula* и *pictura* (носитель и изобразительный материал), есть скорее реконструирование, т. е. дополнительное рефлексивное действие, следующее за восприятием образа и потому вторичное и необязательное. Таким образом, не изображение «происходит» из носителя и изобразительных средств, но из изображения (и только при условии, что оно наличествует) «происходят» и «следуют» дополнительные (пояснительные) представления об изобразительных средствах и носителях, вторичных по отношению к самому изображению как способу предъявления образа.

И. Н. Инишев предлагает к обсуждению тезис, согласно которому образ имеет генеративную функцию, т. е., иначе говоря, отвечает за генерацию смысла в коммуникативном пространстве. Поэтому «как относительно автономная инстанция

смыслорождения образ – это скорее субъект (или квази-субъект), чем объект социального действия» [11, с. 92], т. е. такой действующий агент, социокультурные функции которого «базируются на его “agency”, его способности выступать в роли социального актора, наделенного рядом личностных черт» [4, с. 210]. «Образ – это скорее активная, деятельная инстанция. Образ оказывает сопротивление взгляду, ограничивая и направляя его» [11, с. 93]. Дабы не впасть в заблуждение, связанное с подобной мистификацией продукта человеческой практики, нельзя упускать из виду, что, во-первых, всякому образу генетически предшествует его автор (пусть даже и «коллективный»), а потому-то образ, оказывая влияние на состояние или действие конкретного субъекта, сам все же навсегда остается результатом творческой активности не менее конкретного субъекта. Иное же заключение можно сделать, только если не принимать во внимание (что совсем не обязательно) генетическую характеристику образа: его производность от субъекта. Во-вторых, образ в акте его восприятия не порождает смысл, а провоцирует его порождение в рецептивном пространстве, возникающем между изображением и субъектом, а следовательно, в конечном итоге – между автором и реципиентом. Всякая рецепция такого рода несет в себе неустрашимую перформативную составляющую. Поэтому, наконец, в рассуждении о смысле образа или содержании изображения вообще не надо ограничиваться только субъектом или только объектом, но нужно вести речь о поле субъект-субъектного взаимодействия через посредство специфического объекта-медиатора.

Однако если приведенный выше тезис понимать не столь жестко, то мы должны будем признать два значимых для нас положения: а) образ не является таковым без инициации со стороны воспринимающего субъекта (реципиента); б) но как только реципиент вызывает к жизни образ, последний захватывает над ним власть: «инициатива» переходит от субъекта к изображению и, следовательно, к автору изображения. Таким образом, в ситуации восприятия образа активны обе «субъектные» стороны, что и означает событие коммуникации – не так уж важно, происходит оно синхронно или диахронно. И сумма таких событий в значительной степени определяет или корректирует саму онтологию среды существования субъекта, его мир: с одной стороны, человек знает очень многие объекты действительности не по их внешности, а по их образам; с другой стороны, «не объект как элемент внепсихической реальности определяет особенности образа, а особенности образа <...> определяют восприятие объекта» [8, с. 169] и зачастую определяют это восприятие.

Итак, визуально-коммуникативная ситуация имеет место тогда, когда образ выступает для субъекта в качестве, во-первых, фрагмента, требующего контекстуальной (семантической) дефрагментации; во-вторых, имеющей отношение к нему лично реальности, вызывающей субъективный отклик и переводящей личность в активное (прагматическое) состояние.

Исследование выполнено при поддержке РГНФ, проект № 13-13-70001 «Визуальная антропология: модели социокультурных коммуникаций».

Список литературы

1. Аванесов С. С. Нормативная онтология: Петербургские доклады. Томск: Изд-во ТГПУ, 2013. 94 с.
2. Мелик-Гайказян И. В. Концептуальная модель диагностики технологий информационного общества // Вестн. Томского гос. пед. ун-та. 2010. Вып. 5 (95). С. 42–51.
3. Лоренц К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества // Вопр. философии. 1992. № 3. С. 39–53.
4. Инишев И. Н. «Иконический поворот» в теориях культуры и общества // Логос. 2012. № 1 (85). С. 184–211.
5. Савчук В. В. Иконический поворот // Философские науки. 2010. № 5. С. 134–139.
6. Мелик-Гайказян И. В. События, организующие коммуникативное пространство // Конструирование человека. Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. С. 13–20.
7. Бычков В. В. Эстетика. М.: Гардарики, 2002. 558 с.
8. Рахматуллин Р. Ю., Семёнова Э. Р., Хамзина Д. З. Понятие образа // Грамота. 2012. № 12 (26). С. 167–170.
9. Эко У. Отсутствующая структура: введение в семиологию. СПб.: Symposium, 2006. 544 с.
10. Каллин М. Страна приливов. СПб.: Азбука-классика, 2007. 254 с.
11. Инишев И. Н. Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте // Вестник Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2011. № 4 (16). С. 86–93.
11. Серафим (Сигрист), еп. Внепричинность, Дух и свобода // Личность в Церкви и обществе. М.: Свято-Филаретовская Московская высшая православно-христианская школа, 2003. С. 11
12. Ярская-Смирнова Е., Романов П. Взгляды и образы: методология, анализ, практика // Визуальная антропология: Настройка оптики. М.: Вариант, 2009. С. 7–16.
13. Марсель Г. О понятиях действия и личности // Марсель Г. Опыт конкретной философии. М.: Республика, 2004. С. 84–95.

Аванесов С. С., доктор философских наук, профессор.
Томский государственный педагогический университет.
ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634041.
E-mail: iskiteam@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 23.09.2013.

S. S. Avanesov

VISUAL ANTHROPOLOGY: THE IMAGE, THE SUBJECT AND COMMUNICATION

The article investigates the communicative function of the image. The author makes distinction between the concepts of «image», «exterior» and «picture», analyzes the main characteristics of the image as a cultural mediator.

Key words: *visual anthropology, communication, culture, image, fragment, the subject.*

References

1. Avanesov S. S. *Regulatory ontology*: St. Petersburg reports. Tomsk, TSPU Publ., 2013. 94 p. (in Russian).
2. Melik-Gaykazyan I. V. Conceptual model of diagnostics of technologies of information society. *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2010, no. 5 (95), pp. 42–51 (in Russian).
3. Lorents K. Eight Deadly Sins of civilized mankind. *Problems of Philosophy*, 1992, no. 3, pp. 39–53 (in Russian).
4. Inishev I. N. "Iconic turn" in the theories of culture and society. *Logos Publ.*, 2012, no. 1 (85), pp. 184–211 (in Russian).
5. Savchuk V. V. Iconic turn. *Philosophy*, 2010, no 5. pp. 134–139. (in Russian).
6. Melik-Gaykazyan I. V. Events, organizing communication space. *Construction of man*. Tomsk, TSPU Publ., 2009. Pp. 13–20. (in Russian).
7. Bychkov V. V. *Aesthetics*. Moscow, Gardariki Publ., 2002. 558 p. (in Russian).
8. Rakhmatullin R. Yu, Semenova E. R., Khamzina D. Z. Concept of image. *Gramota*, 2012, no. 12 (26), pp. 167–170. (in Russian).
9. Eco U. *Missing structure: Introduction to semiology*. St. Petersburg, Symposium Publ., 2006. 544 p. (in Russian).
10. Callin M. *Country of tides*. St. Petersburg, Azbuka-Classika Publ., 2007. 254 p. (in Russian).
11. Seraphim (Sigris) bishop. *Vneprichinnost, Spirit and Freedom. Personality in the Church and in Society*. Moscow, St. Filaret Moscow Higher Orthodox Christian School, 2003. Pp. 11–16 (in Russian).
12. Yarskaya-Smirnova E., Romanov P. Views and images: methodology, analysis, and practice. *Visual Anthropology: Setting of Optics*. Moscow, Variant Publ., 2009. pp. 7–16 (in Russian).
13. Marsel' G. About the concepts of action and personality. *Experience particular philosophy*. Moscow, Respublika Publ., 2004. Pp. 84–95 (in Russian).
14. Inishev I. N. The relationship of tangible and meaningful in iconic experience. *Tomsk State University Bulletin. Philosophy. Sociology. Political science*, 2011, no. 4 (16), pp. 86–93 (in Russian).

Tomsk State Pedagogical University.
Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.
E-mail: iskiteam@yandex.ru