

ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

УДК 1(091):165.18

Ільїна Г. В.,
кандидат філософських наук, доцент, Київський
національний університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), galyna.ilyina@gmail.com

КОНЦЕПТ «ВІЗУАЛЬНОГО ПОВОРОТУ»: ФІЛОСОФСЬКО–МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Досліджується проблема генези візуально-орієнтованих процесів мислення, що засвідчує заміну традиційних способів репрезентації знання. Показано, що візуальні типи комунікації глобально трансформують масову культуру від друкованих засобів ретрансляції інформації до візуальних форм, які постійно зростають і починають домінувати. Сучасне «суспільство споживання» є водночас суспільством споживання образів, творення яких зумовлює візуальний, або «іконічний» поворот. Наслідком є формування «відеологічної культури», яка стає провідною в інформаційному просторі. У дослідженні проблеми «візуальності» задіяні логіка, семіотика, етика, теорія аргументації, соціальна філософія, а також різні культурологічні та філософсько-антропологічні напрями. У статті підкреслюється, що сьогодні людство рухається до глобального суспільства, структурованого навколо продукування, поширення та активного споживання візуальних образів.

Ключові слова: візуальний поворот, іконічний, візуальне мислення, пізнання, культура, лінгвістика, мова.

У вітчизняній філософії широко розроблена проблема «лінгвістичного повороту», який означає момент переходу від класичної філософії, котра розглядає свідомість в якості вихідного пункту міркування, до філософії некласичної, що виступає з критикою метафізики свідомості і звертається до мови як альтернативи картезіанському *cogito*. Основними рисами «лінгвістичного повороту» є прагнення розглядати мову як граничну онтологічну основу мислення і діяльності, акцентуючи увагу на контекстах і передумовах висловлювань, на об'єктивованих структурах мови поза зв'язком з суб'єктом, а також поняттях «відмінності», багатозначності, історичних обставинах розвитку мови. Однак в останні роки все більше уваги філософи звертають на візуальний тип комунікації, який характеризує сучасну культуру і процеси мислення.

Сьогодні зростає кількість досліджень соціокультурного життя, в якому домінує положення займають кіно, телебачення, Інтернет, контентом яких є публічні шоу, реклами тощо. Серед публікацій на цю тему слід виділити розвідки В. Мітчелла, Д. Доніса, Б. Більдгойера, Б. Сендівелла та багатьох інших. Незважаючи на все більшу увагу, насамперед, в західній філософській думці, до проблеми візуально орієнтованої культури і мислення, детальнішого аналізу вимагає ця проблема в генезі історико-філософського процесу.

Мета статті полягає в аналізі витоків становлення проблеми «візуального повороту» у філософському дискурсі та концептуалізація «візуального мислення» як одного з основних факторів соціокультурного буття сучасної людини в перспективі подальшого розвитку.

У 2014 році у Колумбійському університеті Nick Sousanis захистив дисертацію за назвою «Unflattening: A Visual-Verbal Inquiry into Learning in Many Dimension», яка була намальована у формі коміксів

й аргументувала важливість візуального мислення в процесах навчання та викладання [7] – робота отримала відгук як філософський трактат у формі коміксів. Як бачимо, поряд з вербальними засобами репрезентації знання навіть у академічному середовищі сьогодні констатуються візуально-орієнтовані процеси мислення. Винесене в заголовок роботи автора поняття «Unflattening» – неологізм, який походить від назви класичного сатиричного роману Е. Еббота «Flatland» – «Пласка земля», в якому дія відбувається у двовимірному світі, а його персонажі – геометричні фігури. Слово «Unflattening», таким чином, говорить про перетворення двовимірного «плаского» світу на світ «неплаский» за допомогою візуальних елементів, протиставлених класичним текстуальним формам.

Зміна форм, в яких виникає та розвивається певне знання, відіграє важливу роль зокрема і для знання філософського. Пригадаємо, що Платона хвилювала проблема переходу від усної форми знання до письмової («Федр»). Перехід від Середньовіччя до Ренесансу – це перехід від друкованої книги: «Ceci tuera cela», «це вб'є те», говорить Фролло у «Соборі Паризької Богоматері» Віктора Гюго, вказуючи на друковану книгу і на собор Нотр-Дам: друк замінить культуру монументальної візуальності (і цей вислів символізує прихід нової візуальної технології в XV столітті, заснованої на книгодрукуванні). Сучасна дослідниця Б. Більдгойер говорить про «кіно як собор»: візуальні технології витісняють друковану книгу [2, с. 58]. Відтак, ставиться питання про те, як змінюються знання, репрезентовані у візуально-медійних формах.

Візуальні типи комунікацій глобально трансформують масову культуру, яка пересувається від друкованих засобів ретрансляції інформації до візуальних форм. Як стверджує Д. Дондіс: «У друці, мова є первинним елементом, тоді як візуальні фактори, такі, як фізичне оформлення чи формат дизайну або ілюстрація, є вторинними або допоміжними. У сучасних медіа істинним є прямо протилежне. Візуальне домінує, вербальне зростає. Друк ще не вмер, і ніколи не вмер, але тим не менше, наша мовно-домінуюча культура відчутно зрушила в бік іконічної. Більше того, що ми знаємо і що вивчаємо, що ми купуємо і у що віримо, що ми визнаємо і що бажаємо, є детермінованим домінуванням над людською душею фотографії, і ще більше так буде у майбутньому» [3, с. 6–7].

Справді, сучасне життя візуалізоване через такі явища культури, як кіно і телебачення; економічне життя людина сприймає крізь призму реклами та інших перцептивно орієнтованих маркетингових комунікацій; на візуальних образах побудовані зв'язки з громадськістю в політиці та комунікації «четвертої влади» – сучасних медіа. Проте іконічність культури – не таке вже й сучасне явище.

Наприклад, письмо у звичній, рукописній чи друкованій формі, є *візуальною* технологією. Як стверджує Б. Сендівелл: «Походження письма нерозривно пов'язане з походженням мистецтва і ритуальних написів. Напевне ми знаємо, що перші форми письма були майже повністю релігійними за природою (і наявний близький союз між релігійними і політичними практиками, письмо незмінно функціонує як теократична технологія). У багатьох відношеннях, відтак, історія «візуального» є історією письма. Коли усні культури є позбавленими паперу світами, одним із перших знаків «цивілізації» є пошук постачання паперу (або його попередніх еквівалентів). Історія заходу може бути сконструйована довкола індустріалізації паперової мануфактури» [6, с. 607].

Сучасне «суспільство споживання» є водночас суспільством споживання образів – через них воно формує власний світогляд та дискурси щодо культури довкола набору таких образів. Технологія творення образів формує так званий «поворот» – візуальний або іконічний. Що, власне, означає це поняття?

Технології творення образів розвивають соціокультурний контекст: споживання образів стає трендом масової культури. Так само, як книга витіснила монументальну візуальність собору в добу Відродження, сьогодні відео витісняє книгу. Візуальний поворот говорить про формування відеологічних культур, які стають ознакою «суспільства спектаклю» (Г. Дебор). Культура візуальних образів, які тепер формують кіберпростір, стає провідною. Перехід від «галактики Гутенберга» (М. Маклюен) до «галактики Інтернету» (М. Кастельс) констатується в дискурсах про ознаки сучасності, яка описується як «відеологічна».

У своїй книзі «Образотворчий поворот» («Pictorial turn») В. Мітчелл аргументує прихід нового повороту в культурі, перехід *від текстуральності до візуальності* в способі мислення і світосприйняття. Проте повністю прив'язувати ідеї візуальності до сучасної епохи та вказувати на візуально орієнтовані медіа як на джерело візуальної культури було б дещо поспішно – адже західна філософія сформувала цілий ряд контекстів, які тисячоліттями демонструють превалювання проявів візуальних засобів виразності в процесі пізнання та у формуванні способів мислення. Можна виявити ключові питання, які постають в історико-філософських розвідках у контексті пошуку візуального мислення, і основні форми прояву візуальних дискурсів в історичній перспективі. На перший план висувається ідея контекстуального протиставлення візуального і вербального, а ширше – того, що т.зв. «візуальний поворот» приходить на зміну «лінгвістичному», заявляючи таким чином про себе як про дещо контрадикторне і неспівмірне з концепціями, в яких мова відіграє провідну роль.

Проблема мови стала одним із найбільш важливих напрямів філософії ХХ століття. На це водночас вплинули неопозитивістський контекст, який зосередив увагу на ролі мови в науці; формування нових напрямів у лінгвістиці, які повернули увагу цієї науки у заявлених у добу Модерну проблем співвідношення мови і досвіду (наприклад, гіпотеза Сепіра–Уорфа привернула увагу науковців до *color study*, що надалі привело не тільки до виникнення окремого напрямку в когнітивній лінгвістиці, але й до цілого ряду досліджень аналітичної філософії

та філософії сприйняття у сфері співвідношення мови і сприйняття); окрім того, у континентальній філософії проблеми мови знайшли відображення у герменевтиці, семіотиці та у проблемах відмінності реальності, мови та інтерпретації. Виявилося, що мова не тільки відображає реальність, вона її формує. Разом із тим, у контексті досвіду мова не стала єдиним джерелом формування досвіду – вона існує та існувала поряд з іншими джерелами. Як на філософію впливає проблема співвідношення мови і досвіду? Очевидно, через формування певного контексту філософування, який визначається як канонічний.

Річард Рорті охарактеризував історію філософії як послідовність «поворотів», в яких на зміну певному набору проблем, які перебувають у фокусі філософського мислення, приходить інший набір: «картина античної та середньовічної філософії, як занепокоїної речами, філософія сімнадцятого до дев'ятнадцятого століття, як занепокоєна ідеями, і просвітлена сучасна філософська сцена – словами, мають значущу правдоподібність» [5, с. 263].

«Занепокоєна словами» характеризує останній описаний Р. Рорті поворот – «лінгвістичний», який висуває на новий рівень «текстуальність». Тексти, мова, семіотика, риторика та інші поняття стають основою філософських дискурсів. Проте в останні десятиліття формування нових контентів візуального досвіду змінюють ситуацію, і сьогодні формується новий набір понять. Творення образів стає важливим візуальним контекстом.

Отже, «іконічний поворот», «образотворчий поворот» («pictorial turn») та «візуальний поворот» – ці поняття створені за аналогією з поняттям «лінгвістичний поворот». «Образотворчий» («візуальний», «іконічний») поворот пов'язується із появою засобів комунікації, які засновані на специфічних технологіях творення образів. «Іконічний поворот» приписується другій половині ХХ ст., «постмодерній» епосі, проте парадоксом є закріплення за епохою ексклюзивного права страху перед масовістю і силою мови візуальних образів. Як зауважує В. Мітчелл, «з одного боку, в переважній більшості випадків здається очевидним, що ера відео та кібернетичних технологій, час електронних відтворень, розвинули нову форму візуальних симуляцій та ілюзійності з безпрецедентною силою. З іншого боку, страх зображень, тривога, що «сила зображень» може врешті зруйнувати навіть свої творців і користувачів, є настільки ж давньою, як і творення зображень саме по собі. Ідолопоклонство, іконоборство, іконофілія та фетишизм не є винятково постмодерними феноменами. Що є специфічним на даний момент, то саме цей парадокс. Фантазія про іконічний поворот, про культуру, в якій повністю домінують зображення, тепер стала справжньою технічною можливістю глобального масштабу» [4, с. 15].

Протистояння текстуального і візуального, логосу і образу послідовно розгортаються в історико-філософському контексті. «Візуальний» («пикторальний», «іконічний») поворот у культурі пов'язується із засобами сучасної комунікації, які пропонують розглядати візуальну культуру. Інформаційна та технологічна епоха відзначається зростанням інтересу до образів, зображень, візуальних форм, візуальних змістів досвіду.

Філософських підходів до проблеми візуальності сьогодні досить багато: до дослідження задіяні логіка, етика, семіотика, теорія пізнання, теорія аргументації, соціальна філософія та філософія освіти, а також різні культурологічні, культурно-антропологічні напрями тощо. Поза філософією розвивається «Visual Science» – комплекс наукових розвідок щодо проблем візуальності, які концентрують власну увагу на тому, яким чином людина обробляє візуальну інформацію, як працює свідоме візуальне сприйняття, як візуальне сприйняття використовувати у процесах комунікації, яким чином працюють різноманітні техніки аргументації на основі візуальної інформації тощо. У цих дослідженнях задіяні різні гілки психології, нейрофізіології, медицини, зоології, комп'ютерні науки, когнітивістика тощо. Безумовно, не залишається поза увагою і філософія, формується актуальність філософського осягнення візуальних практик у різних контекстах.

У констатуванні «візуального повороту» наявна певна поспішність – якщо термін Р. Рорті описував певну трансформацію в ключовій, провідній проблематиці філософських дискурсів, то візуальні студії, які виникають у 70-х роках ХХ ст. на сьогодні існують паралельно й аж ніяк не переважають ті ж лінгвістичні студії. Проте існує один контекст, в якому вони набувають специфічної ваги – і це контекст протиставлення логосу і образу як двох джерел мисленнєвого процесу, двох альтернатив його функціонування.

Народжена в лінгвістичній теорії гіпотеза Сапіра-Уорфа (яка, втім, і досі залишається гіпотезою) послідовно стверджує, що мова детермінує мислення. Проте паралельно існує протилежна точка зору. Так, Р. Анхайм у роботі «Візуальне мислення» ставив питання про різницю між мисленням і сприйняттям, інтелектом та інтуїцією. Він критикував припущення про те, що мова попереджає сприйняття і що мислення складається винятково зі слів. Саме через наші чуття ми усвідомлюємо реальність, і чуттєве сприйняття дає можливість розуміння досвіду. Відтак сприйняття може бути аналогією мислення, що проявляється, наприклад, у мистецтві, яке в якості аргументації може використовувати візуальні образи [1].

Передбачення щодо візуального повороту відповідають інтелектуальному клімату епохи. Часто йдеться про проблему окулярцентризму (М. Джей), розвиток якого асоціюється ще з добою раннього Модерну і розуміється як домінування у філософських дослідженнях і в картинах світу візуальних образів. В іншому випадку констатується «гегемонія зору» (Д. Леві), який стає основним чуттям і безпосередньо формує філософські дослідження та стає основою для візуального сприйняття від Античності й до наших днів. Б. Сендівел укладає «Словник візуального дискурсу», в якому відзначає: візуальні образи, які є контентом свідомості сучасної людини, здобувають нової ваги. Як стверджує дослідник: «хоча люди завжди створювали образи та рефлексували над своїми творіннями, сьогодні ми рухаємося до глобального суспільства, структурованого довкола корпоративного продукування, поширення та помітного споживання зображень» [6, с. 3].

Висновки. Отже, одним із напрямів сучасних філософських розвідок є протистояння лінгвістичних та візуальних практик філософського знання. Античність

запроваджує в філософію не тільки візуальні метафори мислення, якими промовляє філософія. Вона також породжує проблеми можливості пізнання людиною світу, який постає як такий, що можна побачити – «видимий», і побачити його можна за допомогою зору, а також – «світу ідей», істинного світу, який піддається тільки мисленнєвому осягненню. Доба Модерну поглиблює дану проблематику, проблематизуючи істинність даних людських чуттів. Проте водночас вона народжує цілий ряд практик споглядання, які характеризуються як «окулярцентризм», оскільки головним чуттям стає зір. Критика «окулярцентризму» виникає з «лінгвістичним поворотом», який концентрує увагу на проблемах мови. Проте сучасна культура формує новий дискурс – візуальний – в якому акценти філософських розвідок зміщуються від проблеми мови до теми візуального мислення.

Список використаних джерел

1. Arnheim R. Visual Thinking / Arnheim R. – Berkeley: University of California Press, 1969. – 348 p.
2. Bildhauer B. Medievalism and cinema / B. Bildhauer // Cambridge Companion to Medievalism. – Cambridge: Cambridge University Press, 2016. – P.45–59.
3. Dondis D. A Primer in Visual Literacy / D. Dondis. – Cambridge, MA: MIT Press, 1973. – 205 p.
4. Mitchell W. J. T. Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation / W. Mitchell. – Chicago&London: The University of Chicago Press, 1995. – 445 p.
5. Rorty R. Philosophy and the Mirror of the Nature / Rorty R. – Princeton: Princeton University Press, 1981. – 402 p.
6. Sandywell B. Dictionary of Visual Discourse: a Dialectical Lexicon of Terms / Sandywell B. – 702 p.
7. Unflattening: How a Dissertation in Comics Form Reimagined Scholarship and Academic Writing [Electronic source]. – URL: <https://english.princeton.edu/events/unflattening-how-dissertation-comics-form-reimagined-scholarship-and-academic-writing>.

*Irina H. V., PHD in Philosophy, Associate Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Ukraine, Kyiv), galyna.ilyina@gmail.com*

The «visual turn» concept: philosophical and metodological concept

The paper reveals the genesis of visual-oriented processes of thinking, that confirms the replays of traditional ways of knowledge representation. It is shown that visual types of communication globally transform mass culture from the printed media to visual forms, increasing and dominating. The «consumer society» today is also a society of «consuming images», that initiate a «visual» or «iconic» turn. The result is the formation of «videological culture», leading in the information space. A study of the problem of «visuality» involves logic, semiotics, ethics, argumentation theory, social philosophy, various cultural and philosophical and anthropological areas. The paper emphasizes that today humanity is moving towards a global society structured around production, distribution and consumption of active visual images.

Keywords: visual turn, iconic, visual thinking, knowledge, culture, linguistics, language.

* * *

УДК 291.1:144.4

Шавріна І. В.,

кандидат філософських наук, доцент, доцент
кафедри релігієзнавства, Київський національний
університет ім. Тараса Шевченка
(Україна, Київ), Shavrina_irina@ukr.net

АНТРОПОРЕЛІГІЙНА ДІЙСНІСТЬ ЯК ПРЕДМЕТ ФІЛОСОФСЬКОГО ДИСКУРСУ

Аналізується новий концепт «антропорелігійна дійсність». Символізм сучасного світу, його відмова від певних духовних складових, вимагають дослідження тих релігійних процесів, які органічно входять у соціокультурний контекст. Антропорелігійна дійсність аналізується як така сфера соціального