

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

УДК 130.2

А. М. ТОРМАХОВА^{1*}

^{1*}Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Київ, Україна), ел. пошта asya_81@list.ru, ORCID 0000-0001-7178-850X

СТАНОВЛЕННЯ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ СУЧАСНИХ ВІЗУАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Метою роботи є аналіз напрямків сучасних візуальних досліджень, які представляють сукупність візуальних презентацій соціокультурних спільнот і традицій. В поле інтересів потрапляють всі доступні візуальні фіксації і трансляції форми вираження соціокультурних смислів - від базових світоглядних установок до елементарних побутових навичок і навіть автоматичних звичок. **Методологія** передбачає звернення до філософських, культурологічних, культур-антропологічних концепцій, в яких окреслюються специфіка візуальних досліджень сучасності. Залучаються роботи таких західних дослідників як Н. Андерберг, П. Бурдьє, У. Еко, Е. Зорн, У. Мітчел, Н. Мірзоєфф, С. Пінк, Дж. Роуз, Дж. Рубі, П. Штомпка. Представлені погляди білоруського дослідника А. Усманової та російського С. Аванесова. **Наукова новизна** полягає у створенні комплексного уявлення про сферу візуалістики. Уточнені основні поняття, які становлять основу візуальних досліджень: візуальна культура, візуальний поворот, візуальна практика. Результати дослідження можуть бути використані для впровадження навчального курсу «Візуальні практики та комунікація». **Висновки.** У висновках зазначено, що дослідження візуальної сфери передбачає залучення великого масиву матеріалу, який зазвичай аналізується в рамках дисциплін філософського, культурологічного та антропологічного кола. Використання міждисциплінарного підходу сприятиме розробці єдиної методології, яку можна буде залучати до аналізу усіх явищ візуальної культури.

Ключові слова: візуальні дослідження; візуальний поворот; комунікація; візуальна антропологія; візуальна культура

Актуальність теми дослідження

Візуальні дослідження - сучасна міждисциплінарна галузь гуманітарного знання, яка динамічно розвивається і спирається на досвід у сфері культурології, етнографії, соціології, історії, феноменології культури, феноменології релігії, соціальної психології, естетики та семіотики. Предметом візуальних досліджень є сукупність візуальних презентацій соціокультурних спільнот і традицій. В поле інтересів потрапляють всі доступні візуальні фіксації і трансляції форми вираження соціокультурних смислів - від базових світоглядних установок до елементарних побутових навичок і навіть автоматичних звичок. Серед теоретиків, які аналізують різні сфери сучасної культури, присутня тенденція поєднання візуальних досліджень з кінознавством, психоаналізом, гендерними дослідженнями. Предметом досліджень стають фотографія, кіно, відеоігри, комікси, реклама, Інтернет, те що можна назвати *візуальною культурою*. Постає питання про те, що можна віднести до візуальної культури. Створення єдиної картини розрізаних теорій візуальних досліджень є актуальним завданням,

що потребує наукового обґрунтування.

Мета дослідження

Метою роботи є аналіз напрямків сучасних візуальних досліджень, виокремлення основних візуальних практик та визначення понять, що постають у центрі наукового інтересу філософів, культурологів, соціологів, антропологів.

Виклад основного матеріалу

Поняття «візуальна культура» в останні роки досить часто зустрічається в роботах дослідників сфери візуального і, відповідно, здобуває різні визначення. Так, наприклад, сучасний американський дослідник, професор кафедри медіа, культури та комунікації Нью-Йоркського університету Н. Мірзоєфф відносить до візуальної культури візуальні події, в яких інформація, значення або задоволення відшукуються споживачем у інтерфейсі візуальних технологій. Під візуальними технологіями він розуміє будь-яку форму апаратів, призначених для перегляду або покращення природного бачення, починаючи від живопису до телебачення та Інтернету [12].

Важливим поняттям для сфери візуальних

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

досліджень є поняття «візуальна практика». П. Бурдье у роботі «Практичний сенс» вказує, що практика розгортається у часі і володіє всіма відповідними характеристиками, такими як незворотність, яка руйнується при синхронізації. «Практика цілком іманентна тривалості, а тому йде рука об руку з часом - не тільки тому, що вона розгортається в часі, але й тому, що в самій її стратегії закладено обігравання часу і особливо темпу» [3, с.159]. Візуальні практики стають ефектом взаємодії візуального і соціального, як поєднання модусу «візуального конструювання соціальності» і модусу «соціального конструювання візуальності» (У. Мітчел) [12, р.170].

Більшість сучасних дослідників, що працюють у сфері культурології та антропології вказують на перенесення уваги на проблеми і способи функціонування образу в комунікативному середовищі, так званий «дискурс про образи» (за визначенням І. Іншева) [4]. Культура як така має комунікативну природу і в цілому являє собою по суті не що інше, як складну динамічну систему значеннєвих комунікацій. Візуальні дослідження стають однією з галузей, що здатна досліджувати специфічний соціокультурний тренд, характерний для кінця ХХ - початку ХХІ ст., який дослідники визначають як «the pictorial turn», іконічний, *візуальний поворот*. Цей візуальний поворот можна визначити як відхід в засобах комунікації від вербального способу до візуального, відтепер значима інформація кодується переважно через візуальні (ті, що оптично сприймаються) форми і стійко асоціюється з ними. Простіше кажучи, відтепер інтерес науковців стосуються практично всіх візуальних проявів культури, які постають в якості провідного носія комунікативного начала. Розглянемо це твердження більш детально.

В умовах візуального повороту змінюється статус мистецтва. А. Усманова вказує, що в рамках цієї парадигми мистецтво більше не є привілейованою формою візуальних практик (до яких, поряд з мистецтвом, ми відносимо архітектуру, громадське мистецтво, фотографію, рекламу, кіно), а мистецтвознавство вже не розглядається в якості домінуючого теоретичного дискурсу. Сучасні дослідники визначають, що сутність повороту полягає у трансформації самої соціокультурної реальності, причому мається на увазі не лише про-

гресуюча імагінація соціальної сфери, зростання ролі зображення у виробництві і трансляції знання, а насамперед те, що образ перестає сприйматися окремо від реальності як її «презентації», але сам починає включатися в реальність, зливатися з нею, «виробляти» її. Так С. Аванесов вказує: «Візуальне виявляється не можна виокремити з реальності, а реальність - немислима поза своєю візуальною даністю» [1, с.69]. Значимість проблеми дослідження багатомірних проявів візуального визначається тим, що візуальність (фотографія, кіно, візуальні медійні образи) в умовах сьогодення є не доповненням до тексту та вербальних форм презентації світу, а стають базовим модусом існування сучасної соціальності, культури - це «загальний принцип структурування їх форм» (В. Колодій) [5, с.90]. Характерна особливість сучасних суспільств полягає і в тому, що візуальні конструкти поступово витісняють поза візуальні-інтелектуальні. Н. Покровський згадує, що книга і власне читання поступаються місцем споживанню візуальних іміджів-образів («картинки» будь-якого роду, плакат-реклама, телесеріал і т.п.). При цьому мова йде не про тимчасову флуктуацію ринку культурних продуктів, а про зміну вектору розвитку культури як такої. «У цьому сенсі і проникнення в Задзеркаллі віртуальності значній мірі може йти по шляху розшифровки візуальних іміджів» [7, с.ХІІІ].

Варто згадати про те, що змінюється статус візуального в сучасному світі. «Візуальність перестала сприйматися як вторинний або підлеглий вимір культурної практики (або в будь-якому разі, як явище особливе, елітарне, що живе лише в храмах мистецтва - будь то музеї чи академії мистецтва або майстерні художників)» [9, с.112]. На думку А. Усманової сучасні візуальні дослідження перетворюються на «соціальну теорію візуальності». Хоча зовсім не доречно буде повністю отожднювати візуальні дослідження з соціологією мистецтва. В той час як для соціології мистецтва характерне «виділення мистецтва в якості автономної сфери культури (непряме визнання його монополістичні прав на візуальність, його місця і статусу в культурі, його права на власну історію)» [9, с.112], у сфері візуальних досліджень надзвичайно важливим є подолання яких-небудь ієрархічних меж, які б відокремлювали мистецтво від не мистецтва. Рамок і

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

кордонів, як вказує А. Усманова, тут просто не існує, або вони втрачають сенс. «На статус мистецтва (як сфери творчості, художнього ставлення до світу, оформленого інституційно і дискурсивно, як естетичного феномена, нарешті) можуть претендувати і телевізійна продукція, і реклама, і рукоділля, і газетна фотографія, і посуд, і оформлення ресторану» [9, с.112]. Як писав французький соціолог П. Бурдьє, сьогодні немає такої культурної людини, яка б не знала, що будь-яка реальність - мотузка, кругляк, жебрак в лахмітті - може стати предметом твору мистецтва. Звісно, ця реальність сприймається в умовах візуальних досліджень не в якості предмета мистецтва, а як джерело інформації, а отже й комунікації.

Проте варто відмітити, що звісно ж соціологія мистецтва та візуальні дослідження мають і дещо спільне, насамперед у тому, що розгляд візуального об'єкту в площині соціальних можливостей допомагає зробити інтелігібельним. В цьому сенсі варто згадати П. Бурдьє, який у своїй роботі «Історичний генезис чистого мистецтва» ставить питання про те завдяки чому витвір мистецтва є витвором мистецтва, а не об'єктом світу або простим інструментом? «Що робить художника саме художником, а не ремісником або аматором малювання? Завдяки чому виставлений в музеї пісуар або сушарка для пляшок стає художнім об'єктом?» [2]. Він переконаний, що за допомогою історичного та соціального аналізу ми можемо раціонально пояснювати «видимість універсальності досвіду витвору мистецтва».

Становлення примату візуальних досліджень здатне порушити той традиційний підхід до вивчення мистецьких практик, який не враховував безліч людей, причетних до створення мистецтва та закріплював цю відсутність або цю невидимість в якості природного, як норми художньої творчості (проти традиційного підходу виступають феміністські теоретики Л. Нохлін, Г. Поллок, А. Усманова). Так навіть саме поняття «шедевр», на думку А. Усманової постає у класичній теорії мистецтва як дещо начебто об'єктивне: «ця пресупозиція (тобто попереднє і неявне знання) - сама по собі результат певної інтерпретації, яка на якомусь етапі витіснила всі інші типи інтерпретацій. В історію мистецтва могли увійти тільки роботи, які отримали визнання в якості шедеврів» [9, с.113]. Усманова яскраво демонструє сутність

тих можливостей, які виникають завдяки можливості розуміння тих соціальних факторів, що можуть дати, наприклад, відповідь на питання про відсутність відомих жінок-живописців в історії. Вона згадує, що до середини XIX століття жінки не мали можливості отримувати художню освіту і малювати оголену натуру, а з цього випливає цілий ряд взаємозв'язаних заборон. Якщо немає художньої освіти, то людина ніколи не зможе стати членом художньої академії і не матиме права вчити інших. Так само якщо художник не працював з оголеною натурою, то він не буде писати картини на історичні чи міфологічні сюжети, «(на жіночу долю залишаються, отже, портрет і натюрморт - не випадково ці жанри втратили престиж відразу ж, як тільки до них - в «масовому порядку» - долучилися жінки)» [9, с.113].

Соціальність мистецтва визначається тоді наступними факторами: 1) воно відсилає нас до різних аспектів культурного виробництва, від яких воно залежне (технологічні передумови, естетичні коди і жанри, реклама, освіта глядача і т.п.), 2) роль соціальних інститутів проявляється як у навчанні митців так і у системі їх покровительства, фінансування, ролі агентів та видавців, 3) система посередництва також є важливим фактором - наприклад, художня критика, мас медіа, або дилери (виставкові зали, галереї, музеї, журнали). Отже, підхід, який відкривається в рамках візуальних досліджень надає більше можливостей, адже відтепер всі візуальні практики прирівнюються до мистецтва, або точніше мистецтво постає на одному рівні з іншими видами креативної діяльності.

Розуміння візуального безпосередньо пов'язане з баченням. М. Мерло-Понті вважав, що бачити - це не поміщати світ перед собою, але виявлятися поза самого себе, збігатися з навколишнім світом. Існує бачення, як він вказує, що є предметом рефлексії, і людина не може мислити його інакше як модус мислення, інспекцію розуму, судження, читання законів. Також є інше бачення, що володіє місцем, лише вважається мисленням, мислення за назвою. «Це бачення злило з тілом, що бачить, його ідею можна отримати, лише здійснюючи його на ділі, і воно вводить між простором і мисленням автономний порядок, утворений нерозчленованою сумішшю душі і тіла» [6, с.35].

Отже, сприйняття різноманітних форм та

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

практик візуальних презентацій виступає як *комунікація*. Так, на думку У. Еко всі явища культури це суть системи знаків і що, відповідно, культура це переважно комунікація. Він виокремлює такі феномени візуальної комунікації, як живопис, скульптура, малюнок, візуальна сигналізація, кіно чи фотографія. Проте, семіологія візуальної комунікації, на його думку, могла б послужити трампліном при дослідженні таких культурних сфер, як архітектура і дизайн, в яких «візуальні повідомлення одночасно є предметами користування» [11, с.121]. «Іконічні знаки не «володіють властивостями об'єкта, який вони представляють», але швидше відтворюють деякі загальні умови сприйняття на базі звичайних кодів сприйняття, відкидаючи одні стимули і відбираючи інші, ті, що здатні сформувати якусь структуру сприйняття, яка мала б - завдяки сформованому дослідним шляхом кодом-те ж «значення», що і об'єкт іконічного зображення» [11, с.125]. Причому для У. Еко вихідним поняттям комунікації є не знання коду, а його відсутність.

Візуальні дослідження є інтегративними, на їх основі формуються фундаментальні моделі діагностики актуальних соціокультурних трансформацій. Російські дослідники С. Аванесов, В. Савчук вказують, що можна констатувати чергову зміну пануючого типу фіксації та передачі інформації (точніше, трансляції культурно значущих смислів): вербальний і текстуальний (письмовий) типи поступаються місцем візуальному. Відтепер показати при нинішньому розвитку технічних засобів виявляється набагато простіше, ніж розповісти.

Слово починає поступатися місцем наочному образу, візуальні форми комунікації, як дещо оптично дане не потребують складних систем декодування, різко скорочуючи процес між повідомленням та його сприйняттям. Новітність підходу до візуального полягає, насамперед у тому, що візуальний образ в сучасній культурі постає як самодостатній і саморепрезентативний. Відтепер візуальне перестає бути зображенням чогось. Фактично можна спостерігати остаточну загибель теорію візуального, що має міметичний характер. Інішев вказує, що візуальне стало самодостатнім, яке відсилає тільки до самого себе, а не до якоїсь надвізуальної реальності, яку мало б позначати. Не тільки вся реальність може бути зображена, але і немає ніякої іншої реальності, крім зобра-

женої. Починає зникати питання про правильність, достовірність, істинність зображення, яке відтепер оцінюється не за точністю відтворення реальності, а за ефективністю впливу на того, хто його сприймає.

Процес розвитку культури людства можна розділити на декілька етапів, для кожного з яких існував провідний принцип, що ставав основою у сфері комунікації - передачі інформації. П. Штомпка, польський дослідник називає ці історичні доби *оральною, вербальною та візуальною*. Спілкування першого періоду визначається домінуванням усних повідомлень, за рахунок розмови, що відбувається у безпосередній просторовій близькості обличчям до обличчя. На другому етапі розвитку з появою писемності, виникає можливість фіксувати досвід та транслювати його великій кількості осіб, що знімає необхідність знаходження у безпосередній та просторовій близькості суб'єктів комунікації. Штомпка вказує, що долається обмеження за часом, з'являється можливість передавати досвід, спостереження, інформацію наступним поколінням. У добу листів переломним є винахід книгодрукування, коли текст вже може бути розмножений і доставлений необмеженій кількості одержувачів. «Лист і друк - надзвичайно важливі фактори виникнення сучасного суспільства, а особливо тієї його характеристики, яка визначається як масовість культури» [10, с.6]. У останню епоху - візуальну - надзвичайно важливим стає образ, що є носієм знань, емоційного забарвлення, впливає не лише на свідоме, але й підсвідоме начало. Сприйняття візуальних образів можливе як поступово, так і цілісно. Останній візуальний період можна також розділити за найбільш значними винаходами, які в свою чергу змінювали характер комунікативного процесу. Першим переломним моментом став винахід фотографічного негативу (а не власне принципу фотографування), що дозволило розмножувати образ у багатьох примірниках і збільшувати його. Другий етап - це винахід копіювального апарату, що дозволив спростити процес розмноження інформації. Третім поворотним моментом став винахід електронного копіювання і перенесення зображення (телебачення, комп'ютер, Інтернет). Процес поширення образів втрачає будь-які обмеження, пов'язані з часом чи простором.

П. Штомпка виокремлює певні критерії,

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

якими наділені візуальні образи. По-перше, він наголошує на техніці створення. Не зважаючи на те, що до візуальних практик можуть бути віднесені абсолютно різнорівневі категорії, такі як живопис і графіка, скульптура, кіно, класична фотографія, електронний або цифровий образ, сценографія та спектакль, проте всіх їх може поєднати можливість багаторазового репродукування.

Другим типологічним критерієм для нього постає локалізація образу, місце його презентації, яким постає медіапростір (телебачення, газета, Інтернет), хоча ними й не обмежується місце проведення. «Часто це відкритий публічний простір: вулиця, міська площа, міський парк, автострада або шосе. Іноді, правда, простір ще більш публічний, але вже більш ексклюзивний: музей, галерея, виставка, церква, естрада, сцена, кінотеатр, бюро, інтер'єр фабрики. Також, приватний простір: квартира, дім, сад» [10, с.8-9]. Проте сутність цього процесу локалізації полягає насамперед у тому, що кожна локація зумовлює специфіку сприйняття предмету, який знаходиться в різних просторах буде мати різне значення (картина, що знаходиться у музеї, на вулиці чи у затісному приміщенні на горіщі).

Третій критерій зумовлений тим функціональним навантаженням, який виконує образ (естетична, інформаційна, комерційна, рекламна та ін.), причому функції можуть поєднуватись.

Значна кількість візуальних досліджень призводить до формування в ХХ ст. такого напрямку як *візуальна антропологія*, що виступає в якості підрозділу соціальної антропології. Деякі теоретики переконані, що предметом дослідження візуальної антропології є виключно етнографічне кіно та фотографія. Проте коло інтересу візуальної антропології включає в себе також інші візуальні форми: танець, нові медіа, скульптура, різьблення, картина, фотографії, прикраси, одяг та ін. Незважаючи на глибину і очевидну культурну вкоріненість візуальності, візуальна антропологія досі залишається концептуально неоформленою і розвивається дещо стихійно. Відсутність єдиної системи призводить до наявності ізольованих дослідницьких програм, що охоплюють естетику, культурологію, мистецтвознавство, соціологію, семіотику, історію.

Дж. Рубі, відомий американський теоретик

візуальних досліджень переконаний, що візуальна антропологія спирається на ідею, що культура проявляється через видимі символи, які містяться в жестах, церемоніях, ритуалах, і артефактах, вони можуть бути розглянуті як в штучному, так і природному середовищі. Отже дослідження всіх аспектів візуальної культури можливе при наявності аудіовізуальних технологій, які допоможуть її аналізу та інтерпретації. На думку Рубі, культуру можна розуміти як те, що проявляє себе в сценаріях з сюжетами, до яких залучені актори зі своїми репліками, костюмами, декораціями і оточенням. «Культурне Я всіх людей - це сума сценаріїв, в яких люди беруть участь. Якщо культура - це те, що можна побачити, то і дослідник може, використовуючи аудіовізуальну технологію, записувати її в якості вихідних даних, доступних для аналізу та репрезентації» [8, с.87]. Отже, візуальна антропологія охоплює всі аспекти культури, на думку Рубі, які є видимими - від невербальної комунікації, будівельних споруд, ритуалів і церемоніалів, танцю, і творів матеріальної культури. Проте хоча деякі візуальні антропологісти дійсно працюють у всіх цих сферах, відчувається нестача єдиної теорії, загальноприйнятої усіма дослідниками - бракує антропології візуальної або образотворчої комунікації. Насамперед Дж. Рубі вказує, що у візуальній антропології домінує інтерес до образотворчих медіа (pictorial media) як засобів повідомлення антропологічного знання, тобто передусім до етнографічних фільмів і фотографій і лише в другу чергу ставиться питання про вивчення образотворчих маніфестацій культури (pictorial manifestations of culture).

С. Аванесов в своїх дослідженнях вказує, що інституційне оформлення візуальної антропології почалося прямо з практики. Узагальнення досвіду практичного використання візуальних засобів мотивує розробку і деталізацію методології виявлення, збору та інтерпретації зафіксованих візуальних даних. Візуальна антропологія активно формується як інтегральна дослідна дисципліна, в центрі уваги якої виявляються візуальні акти - людські дії або пов'язані сукупності дій (як одночасних, так і послідовних), що мають відношення до візуального образу, тобто представляють собою активність, спрямовану на виробництво, трансляцію і використання візуального образу.

Одним з найбільш перспективних напрямків

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

розвитку візуальних досліджень в західній науковій думці першого десятиліття XXI ст. є аналіз сфери медіа-технологій та їх залучення в етнографічних та антропологічних розвідках. Сучасна дослідниця сфери візуального, професор університету Лафборо (Великобританія) С. Пінк вказує, що значний розвиток цифрових технологій сприяв появі розробок сфери медіа, арт-практик, які створюють нові шляхи до знань, їх представлення та нові засоби взаємодії з аудиторією. Проте стає зрозумілим, що існуючі теоретичні рамки, які були використані для розуміння методів функціонування медійних процесів, не завжди відповідають новим типам цифрових, соціальних, просторових проявів сучасних візуальних досліджень. Досягнення в теорії і практиці дають можливість переосмислити перетин медіа та етнографії як складову частину більш широких теоретичних розробок, які включатимуть мистецтво та соціальні науки. «Наука навколо візуальної / цифрової методології не просто ізольоване поле, яке спрямоване на розробку нових методів дослідження» [14, р.12], поява технологій постає як заохочення до нового мислення, яке буде контрастувати по відношенню до старих медіа та їх теоретичного обґрунтування.

Важливим аспектом візуальних досліджень є проблема методології. Дж. Роуз у якості ключового питання у своїй роботі виділяє окреслення візуальних дослідницьких методів («visual research methods» - VRM) [15]. Автор вказує, що хоча сфера візуальності надзвичайно поширена в умовах сьогодення, проте відсутня розробка візуальних дослідницьких методів. Роуз прагне проаналізувати зв'язок між сучасною культурою, в якій візуальні образи є центральними для «символічної і комунікативної діяльності», а також певний набір методів досліджень в області соціальних наук, «які також використовують візуальні образи, щоб надати їм (соціально-науковий) сенс» [15, р.6]. Згенеровані завдяки візуальним дослідницьким методам зображення розуміються як слід соціальної ідентичності, процесів, практик, досвіду, інститутів і відносин: це те, що вони роблять видимими. Проте досить часто та сфера соціального, що вивчає візуальні дослідницькі методи, виявляється емоційною, сенсорною, повсякденною, рефлексивною і видимою, але не візуальною.

Н. Андерберг (Natalie M. Underberg) та Е.

Зорн (Elayne Zorn) вживають у своїй роботі «Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media» («Цифрова етнографія: антропологія, наративи та нові медіа») термін «цифрова етнографія», який позначає нову сферу діяльності антропологів у дизайні та розвитку нових медіа. Обов'язком нових експертів є розуміння впливу комп'ютерних технологій на культуру, яка змушена набагато більше уваги приділяти розгляду влади, особливостей втілення та характерних ознак цифрової культури. Сфера залучення антропології можлива у питанні того яким чином треба керувати медійним проектом. Цей шлях представляється як суміщення традиційних форм суспільної інтеракції та побудова соціальної інфраструктури подібних проектів, яка б забезпечувала участь громад. Для функціонування медійних проектів потрібне посередництво між етнографами, технічними експертами та суспільством. «Мультимедійна етнографія як концептуальний та креативний нащадок літературної та візуальної етнографії все більше захоплює академічну практику» [16, р.17]. Антропологі та дослідники нових медіа використовують цифрові технології для наближення історико-культурних «легендарних місць» до аудиторії завдяки інтерактивності, ефекту присутності, занурення шляхом використання 3D-технологій. Власне гранична активізація візуального сектору культури обумовлює актуальність візуально-антропологічних досліджень і робить візуальну антропологію одним з найбільш динамічних напрямків сучасного гуманітарного знання.

Висновки

Дослідження візуальної сфери передбачає залучення великого масиву матеріалу, який зазвичай аналізується в рамках різних дисциплін філософського, культурологічного та антропологічного кола дисциплін. Використання міждисциплінарного підходу сприятиме розробці єдиної методології, яку можна буде залучати до аналізу усіх явищ візуальної культури. Хоча початок візуального повороту у західній науковій думці почався ще у XX столітті, проте розробка різноманітних проблем, пов'язаних з візуальними практиками сучасності в українському науковому просторі ще немає достатнього обґрунтування. Велика кількість досліджень присвячена окремим пи-

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

танням та не може, на даний момент, претендувати на всезагальність та універсальність, що потребує безумовно подальшого опрацювання даної проблематики. Одним з перспективних

напрямків розвитку візуалістики є цифрова етнографія, сфера медіа та їх теоретичне осмислення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аванесов, С. С. Визуальная антропология как исследовательская дисциплина / С. С. Аванесов // Томский журнал ЛИНГ и АНТР. – 2013. – Вып. 1(1). – С.68–74.
2. Бурдьё, П. Исторический генезис чистой эстетики. Эссенциалистский анализ и иллюзия абсолютного [Электронный ресурс] / П. Бурдьё [пер. с фр. Ю. В. Марковой] // Новое литературное обозрение. – 2003. – № 60. – Режим доступа: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/60/burd.html>. Назва з екрана. – Перевірено 08.06.2016.
3. Бурдьё, П. Практический смысл / П. Бурдьё [пер. с фр. А. Бикбова, К. Вознесенской, С. Зенкина, Н. Шматко]. – Санкт-Петербург : Алетейя, 2001. – 562 с.
4. Инишев, И. Н. Взаимосвязь материального и смыслового в иконическом опыте / И. Н. Инишев // Вестник Томского государственного педагогического университета. Философия. Социология. Политология. – 2001. – № 4(16). – С. 86–93.
5. Колодий, В. В. Визуальность и её влияние на социальное познание: философско-методологическое обоснование / В. В. Колодий // Вестник Томского государственного педагогического университета. Философия. Социология. Политология – 2001. – №2(14). – С. 90–96.
6. Мерло-Понти, М. Око и дух / М. Мерло-Понти [Пер. с франц., предисловие и комментарии А. В. Густыря]. – Москва : «Искусство», 1992 – 63 с.
7. Покровский, Н. В. Умение видеть и искусство понимать / Н. В. Покровский // Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учеб. для студ. выш. учебн. заведений / П. Штомпка [пер. с польск. Н. В. Морозовой, авт. вступ. ст. Н. В. Покровский]. – Москва : Логос, 2007. – С. 7–16.
8. Руби, Дж. О визуальной антропологии / Дж. Руби [Реферативный перевод Круткина В. Л.] // Круткин В. Л. Хрестоматия. Электронные тексты для учебных курсов «Социология культуры», «Визуальная антропология», «Семиотика культуры». Вып.1. / Круткин В. Л. – Ижевск, 2007. – С.87–94.
9. Усманова, А. Между искусствоведением и социологией: к вопросу о предмете и методе «визуальных исследований» / А. Усманова // Круткин В. Л. Хрестоматия. Электронные тексты для учебных курсов «Социология культуры», «Визуальная антропология», «Семиотика культуры». Вып.1. / В. Л. Круткин – Ижевск, 2007. – С.111–116.
10. Штомпка, П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учеб. для студ. выш. учебн. заведений / П. Штомпка [пер. с польск. Н. В. Морозовой, авт. вступ. Н. В. Покровский]. – Москва : Логос, 2007. – 168 с.
11. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / У. Эко [пер. с итал. А. Г. Погоняйло, В. Г. Резником]. – Санкт-Петербург : ТОО ТК «Петрополис», 1998. – 432 с.
12. Mirzoeff, N. What Is Visual Culture? / N. Mirzoeff // The Visual Culture Reader. – London&New York : Routledge, 1998. – P. 3–14.
13. Mitchell, W. J. T. Showing Seeing: a Critique of Visual Culture / W. J. T. Mitchell // Journal of Visual Culture. – 2002. – № 1(2). – P.165–181. doi: 10.1177/147041290200100202.
14. Pink, S. Advances in Visual Methodology: An Introduction / S. Pink // Advances in Visual Methodology. – London : Sage, 2012. – P. 3-16. doi: 10.4135/9781446250921.n1.
15. Rose, G. On the relation between 'visual research methods' and contemporary visual culture / G. Rose // The Sociological Review. – 2014. – Vol. 62. – Iss. 1. – P. 24–46. doi: 10.1111/1467-954X.12109.
16. Underberg, N., Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media / N. Underberg, E. Zorn. – Austin : University of Texas Press, 2013. – 117 p.

А. Н. ТОРМАХОВА^{1*}

^{1*}Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Київ, Україна), ел. пошта asya_81@list.ru, ORCID: 0000-0001-7178-850X

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

СТАНОВЛЕНИЕ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ СОВРЕМЕННЫХ ВИЗУАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Целью работы является анализ направлений современных визуальных исследований, которые представляют собой совокупность визуальных презентаций социокультурных сообществ и традиций. В поле интересов попадают все доступные визуальной фиксации и трансляции формы выражения социокультурных смыслов - от базовых мировоззренческих установок до элементарных бытовых навыков. **Методология** предполагает обращение к философским, культурологическим, культур-антропологическим концепциям, в которых определяются специфика визуальных исследований современности. Привлекаются работы таких западных исследователей как Н. Андербэрг, П. Бурдье, Э. Зорн, У. Митчелл, Н. Мирзоефф, С. Пинк, Дж. Роуз, Дж. Руби, П. Штомпка, У. Эко. Представлены взгляды белорусского исследователя А. Усмановой и российского С. Аванесова. **Научная новизна** заключается в создании комплексного представления о сфере визуальности. Уточнены основные понятия, составляющие основу визуальных исследований: визуальная культура, визуальный поворот, визуальная практика. Результаты исследования могут быть использованы для учебного курса «Визуальные практики и коммуникация». **Выводы.** В выводах указано, что исследования визуальной сферы предусматривает привлечение большого массива материала, который обычно анализируется в рамках дисциплин философского, культурологического и антропологического круга. Использование междисциплинарного подхода будет способствовать разработке единой методологии, которую можно будет привлекать к анализу всех явлений визуальной культуры.

Ключевые слова: визуальные исследования; визуальный поворот; коммуникация; визуальная антропология; визуальная культура

A. M. TORMAKHOVA^{1*}

^{1*}Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine), e-mail asya_81@list.ru, ORCID: 0000-0001-7178-850X

BECOMING OF SUBJECT FIELD OF CONTEMPORARY VISUAL STUDIES

Purpose of the work is to analyze the trends of contemporary visual studies that represent a combination of visual presentations of social and cultural communities and traditions. The task is to make an attempt to highlight main theories leading authors to create a coherent system of concepts related to the field of visual studies. The **methodology** involves an appeal to the philosophical, cultural, cultural-anthropological concepts that define the specificity of contemporary visual studies. The works of Western scholars like P. Bourdieu, U. Eco, U. Mitchell, N. Mirzoeff, S. Pink, G. Rose, J. Rubi, P. Shtompka, N. Underberg, E. Zorn are also involved. In the article presented the theory of A. Usmanova and S. Avanesov. **Originality** lies in the creation of a single integrated approach to the visual review. There were clarified the concepts that form the basis of visual studies: visual culture, visual turn and visual practice. The results can be used for the training course "Visual practices and communication." The **conclusions** indicated that the study of practical areas, including the study of the phenomenon of fashion, the visual design of the city, cinema and photography, advertising and television is important, both in the west and in the national philosophy. Perceptions and practices of various forms of visual presentation serve as communication. They pointed out that the study provides a visual environment to attract a large array of material, which is typically analyzed within disciplines philosophical, cultural and anthropological circles. Using an interdisciplinary approach will contribute to the development of a single methodology, which can be involved in the analysis of all phenomena of visual culture.

Key words: visual studies; visual turn; communication; visual anthropology; visual culture

REFERENCES

1. Avanesov S.S. Vizualnaya antropologiya kak issledovatel'skaya distsiplina [Visual anthropology as a research discipline]. *Tomskiy zhurnal LING i ANTR – Tomsk Journal LING & ANTROPO*, 2003, no. 1(1), pp. 68-74.
2. Burdye P. *Istoricheskiy genezis chistoy estetiki. Essentsialistskiy analiz i illyuziya absolyutnogo* [The historical genesis of pure aesthetics. Essentialist analysis and the illusion of absolute]. *Novoye literaturnoye obozreniye – New Literary Review*, 2003, no. 60. Available at: <http://magazines.russ.ru/nlo/2003/60/burd.html> (Accessed 8 June 2016).
3. Burdye P. *Prakticheskiy smysl* [The practical meaning]. Saint Petersburg, Aleteyya Publ, 2001. 562 p.

ФІЛОСОФІЯ КУЛЬТУРИ ТА ОСВІТИ

4. Inishev I.N. Vzaimosvyaz materialnogo i smyslovogo v ikonicheskom opyte [The relationship of material and meaning in the classic experience]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Bulletin of the Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science], 2011, issue 4(16). pp. 86-93.
5. Kolodiy V.V. Vizualnost i eyo vliyaniye na sotsialnoye poznaniye: filosofsko–metodologicheskoye obosnovaniye [Visuality and its impact on social cognition: philosophical and methodological basis]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Bulletin of the Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science], 2001, issue 2(14). pp. 90-96.
6. Merlo–Ponti M. *Oko i dukh* [Eye and spirit]. Moscow, Iskusstvo Publ, 1992. 63 p.
7. Pokrovskiy N.V. Umeniye videt i iskusstvo ponimat [The ability to see and art to understand]. *Vizualnaya sotsiologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya – Visual sociology. Photography as a research method*. Moscow, Logos Publ., 2007. pp. 7-16.
8. Rubi Dzh. O vizualnoy antropologii [About Visual Anthropology]. *Khrestomatiya. Elektronnyye teksty dlya uchebnykh kursov «Sotsiologiya kultury», «Vizualnaya antropologiya», «Semiotika kultury» – Chrestomathy. Electronic texts for courses "Cultural Sociology", "Visual Anthropology", "Semiotics of culture"*, 2007, issue 1, pp. 87-94.
9. Usmanova A. Mezhdru iskusstvoznaniyem i sotsiologiyey: k voprosu o predmete i metode «vizualnykh issledovaniy» [Between natural science and sociology: the question of the subject and method of "Visual Studies"]. *Khrestomatiya. Elektronnyye teksty dlya uchebnykh kursov «Sotsiologiya kultury», «Vizualnaya antropologiya», «Semiotika kultury» – Chrestomathy. Electronic texts for courses "Cultural Sociology", "Visual Anthropology", "Semiotics of culture"*, 2007, issue 1, pp. 111-116.
10. Shtompka P. *Vizualnaya sotsiologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya* [Visual sociology. Photography as a research method]. Moscow, Logos Publ., 2007. 168 p.
11. Eko U. *Otsustvuyushchaya struktura. Vvedeniye v semiologiyu* [Lacking structure. Introduction to semiology]. Saint Petersburg, Petropolis Publ., 1998. 432 p.
12. Mirzoeff N. What Is Visual Culture? *The Visual Culture Reader*. London&New York, Routledge Publ., 1998. pp. 3-14.
13. Mitchell W.J.T. Showing Seeing: a Critique of Visual Culture. *Journal of Visual Culture*, 2002, no. 1 (2), pp. 165-181. doi: 10.1177/147041290200100202
14. Pink S. *Advances in Visual Methodology: An Introduction*. London, Sage Publ., 2012. pp. 3-16. doi: 10.4135/9781446250921.n1.
15. Rose G. On the relation between 'visual research methods' and contemporary visual culture. *The Sociological Review*, 2014, vol. 62, issue 1, pp. 24-46. doi: 10.1111/1467-954X.12109.
16. Underberg N.M., Zorn E. *Digital Ethnography: Anthropology, Narrative, and New Media*. Austin, University of Texas Press Publ., 2013. 117 p.

Стаття рекомендована до публікації д. філос. н., проф. В. В. Хмілем

Надійшла до редколегії 11.02.2016

Прийнята до друку 30.05.2016