

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

УДК 101.1:316

<http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-350-46-52>

Марина Юрьевна МУРОМЦЕВА,

заместитель начальника отдела культуры,
управление культуры и молодёжной политики,
Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»,
Москва, Российская Федерация;
аспирант кафедры культурологии,
Московский государственный институт культуры,
Химки, Московская область, Российская Федерация,
e-mail: miromtseva@mail.ru

Аннотация: Данная статья посвящена анализу современных визуальных коммуникаций человека. В эпоху глобальной диджитализации резко изменилось отношение к визуальной коммуникации, она встала во главу угла информационной цепочки всего пространства, которое нас окружает. Посредством органов зрения мы выстраиваем связи во всех сферах: в деловой, общественной и личной. Система иерархической коммуникации, в которой главным компонентом был приказ, меняется на систему демократической коммуникации, основой которой является собственное субъективное желание, убеждение, диалогичность, опора на сугубо личное решение. Мы живем в мире, где царит эпоха визуального мышления, визуальных образов, визуального контента. Каждый из нас субъективно участвует не только в восприятии визуальной информации, но и при продуцировании ее модели. Digital-пространство вокруг нас стало неотъемлемой частью работы и досуга: мы используем его при повседневном общении, совершении бытовых операций, посещении культурных учреждений для удовлетворения интеллектуальных и духовных потребностей. Эволюционное усложнение работы «разумного глаза» визуальной коммуникации с каждым годом совершенствуется не только в символах, образах и интертекстах, но и в скорости восприятия, что приводит к расширению области и ситуации ее применения. Однако, не смотря на обилие инноваций вокруг нас, повсеместная трансляция событий, информации, идей через зримые образы делают визуальный мир доступным и понятным для человека. Мы становимся частью нового медиа мира. В будущем же нас ждёт новое искусство визуализации и не факт, что оно будет создано человеком.

Ключевые слова: культура, искусство, коммуникация, визуальная коммуникация, визуальная культура, шоу.

Для цитирования: Муромцева М. Ю. Визуальные коммуникации в современном информационном обществе // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2023. №3 (50). С. 46–52. <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-350-46-52>

VISUAL COMMUNICATIONS IN THE MODERN INFORMATION SOCIETY

Marina Y. Muromtseva, Deputy Head of the Department of Culture the Department of Culture and Youth Policy, National Research Technological University «MISIS», Moscow, Russian Federation; postgraduate student of the Department of Cultural Studies, Moscow State Institute of Culture, Khimki, Moscow region, Russian Federation, e-mail: muromceva@mail.ru

Abstract: This article is devoted to the analysis of modern human visual communications. In the era of global digitalization, the attitude towards visual communication has changed dramatically; it has become the cornerstone of the information chain of the entire space that surrounds us. Through the organs of vision, we build connections in all areas: business, social and personal. The system of hierarchical communication, in which the main component was the order, is changing to a system of democratic communication, the basis of which is one's own subjective desire, belief, dialogism, and reliance on a purely personal decision. We live in a world dominated by the era of visual thinking, visual images, visual content. Each of us subjectively participates not only in the perception of visual information, but also in the production of its model. The digital space around us has become an integral part of work and leisure: we use it in everyday communication, performing household transactions, visiting cultural institutions to satisfy intellectual and spiritual needs. The evolutionary complexity of the work of the "intelligent eye" of visual communication is improving every year not only in symbols, images and intertexts, but also in the speed of perception, which leads to an expansion of the area and situation of its application. However, despite the abundance of innovations around us, the widespread transmission of events, information, and ideas through visible images makes the visual world accessible and understandable to humans. We are becoming part of the new media world. In the future, a new art of visualization awaits us and it is not a fact that it will be created by man.

Keywords: culture, art, communication, visual communication, visual culture, show.

For citation: Muromtseva M. Y. Visual communications in the modern information society. *Culture and Education: Scientific and Informational Journal of Universities of Culture and Arts*. 2023, no. 3 (50), pp. 46–52. (In Russ.). <http://doi.org/10.2441/2310-1679-2023-350-46-52>

В XXI веке человек оказался в перенасыщенном визуальным материалом культурном пространстве. Стремление к наглядности находит свою презентацию в организации мероприятий в сфере культуры и спорта; в брендировании событий в полиграфии и web-дизайне плакатов, рекламных баннеров и афишах; в рекламе при производстве вывесок магазинов и компаний. Во всех этих феноменах торжествует визуальность, что приводит к феерической визуальной карнавализации массового сознания [2]. Стремление к наглядности рождает новые типы и формы коммуникации, которые вызывают всё больший интерес: чат-боты, голосовые помощники, различные приложения и QR-коды. Взаимодействие с искусственным разумом уже стало виртуальной частью нашей реальной жизни. Общение на мероприятиях с роботами, а также с роботами-спикерами на конференциях уже не wow-эффект, а вынужденная, созданная временем необходимость, аватары вместо фотографии, значки-иконки и смайлики вместо тысячи слов, образы событий вместо их названий. Если мы обратимся к научной

и деловой жизни общества: форумам, саммитам, конференциям – то и здесь все ждут особенный и креативный графический дизайн делового события – это уже закономерность и стратегическая задача для разработчиков. Зримое вдохновляет нас, вызывает нужный настрой на предстоящее событие: стильный бэйдж, блокнот, сумка, web-афиша, бумажная программка, брендированный стаканчик для кофе и другие сопутствующие pos-материалы. Визуальная коммуникация формирует особую эмоцию восприятия действия. Именно от того, как отреагирует человек будет зависеть успех продукта и проекта. Одухотворенная и осмысленная эмоция превращается в тот золотой запас, который обеспечивает на новом, более высоком уровне способность человека смотреть и видеть [5].

Визуальный мир приобретает все большее значение. Примером тому является нейросеть, работа которой в большей степени использует визуальную коммуникацию. Нейросеть – это программа, которая умеет обучаться на основе данных и примеров. Если показать ей миллион фотографий котов, она научится узнавать их в любых условиях, позах и костюмах. Нейросеть является обучаемой и самообучаемой системой. Она умеет подражать знаменитым художникам и писателям в стиле и манере, создавать сюрреалистические изображения и менять лица актеров в кинофильмах на любые другие [11]. Существует масса тематических платных и бесплатных сайтов, приложений, где автоматически при помощи нейросети можно сформировать визуальный образ любого события, продукта, действия, даже наложить на свое видео, где танцуешь или двигаешься образ греческой статуи и, вот, уже танцуешь не ты, а Аполлон или Афродита. Картинки, выдаваемые нейросетью под задачу или команду, с элементами реальности, узнаваемыми нашим глазом. Все образы, которые сегодня выдает нейросеть мы легко вычислимы по стилю изображения, что также делает ее монопольной визуальной коммуникацией.

Г. Г. Почепцов определяет *визуальную коммуникацию* как передачу информации в рамках пространственного измерения, а не временного, по которому строится наша речь. Если в речи возможна звуковая передача только одного знака за другим, буква за буквой, то в рамках визуальной коммуникации начинают работать сразу несколько потоков информации [7]. У нас включается воображение, фантазия, социальная память.

Современное развитие технологий и появление новых технических средств позволяет визуализировать объекты, явления и процессы микромира и космоса. Примерно 80% всех людей воспринимают и организуют свой опыт и мышление в основном с помощью зрительных образов [3].

Визуальная коммуникация – это процесс передачи и приема информации через оптический канал связи, это специфические средства информации, облегчающие ориентацию человека в предметно-пространственной среде

и, конечно же – это область профессиональной деятельности дизайнера, связанная с проектированием этих средств [6].

Визуальная подача сегодня – первооснова не только культуры и искусства, она идет далее, завоевывая территории, сферы, пространства и наше сознание. Современная зрелищная и повседневная культура, киноиндустрия накладывает определенные фильтры на кино-трек, воспроизводя атмосферу социальной сети и привлекая картинкой. Выставки народных достижений становятся похожи на художественный музей и интерактивное творческое пространство, созданное с учетом всех последних достижений, как, к примеру, выставка в Москве «Россия, вперед, в будущее!» в выставочном центре на Манежной площади.

Дело не только в количестве информации, но и в том, что информационные процессы и технологии изменяют мировоззрение людей, качественно меняют мир, в котором они живут [3]. Мы живем в мире изображений разного рода происхождения и назначения, именно они меняют или формируют наше мировоззрение и взгляды на привычные вещи. Масса тренингов, школ и семинаров перешло в разряд онлайн-образования. Мы готовы к визуальной коммуникации более активно и охотно, нежели к реальным контактам. Нам стало проще посмотреть, чем прочесть или изучить онлайн. Многие встречи, спектакли, филармонические концерты, торжественные российские премии переходят в режим прямых трансляций.

Если говорить о визуальной коммуникации в искусстве, то техническая воспроизводимость произведения искусства изменяет отношение масс к искусству, делает его более прогрессивным. Часть зрительской аудитории не приемлет новый формат искусства, где традиционная классика репрезентуется режиссерами и сценографами иначе, не привычным для них образом. Так, «Евгений Онегин» А. С. Пушкина поставлен в «Театре на Таганке» Алексеем Франдetti как хулиганский мюзикл с элементами жизни течения хиппи-тусовок, письмом Татьяны в рок-обработке, которое она исполняет с электрогитарой на капоте большого грузовика, а дуэль Ленского и Онегина в байк-атмосфере: прожекторы как фары и звук педали газа и выхлопной трубы мотоциклов.

В театре «Моссовета» в спектакле «Бесприданница» А. Н. Островского в постановке Евгения Марчелли соединён художественный фильм «Жестокий роман» и литературный материал пьесы. В итоге получилось интересная и абсолютно современная история, где Лариса собирается в деревню и выходит к зрителю в боди и болотных ботфортах, а когда ее просят спеть, она издает звуки зомби, как в фильмах ужаса. Ничего от атмосферы XIX века не осталось, кроме имен героев. Радует то, что всё же большая часть аудитории принимает зрелищное искусство в новой трактовке – возможно именно после такого спектакля они захотят взять в руки книгу как первоисточник драматического шоу.

Известно, что опыт тотальной визуализации как средства эффективного представления информации с целью активизации потребительского внимания и усиления запоминаемости сути рекламных посланий может быть заимствовано в иных сферах коммуникативного взаимодействия [10].

Грегори Р. Л, рассматривая такое понятие как «разумный глаз» имел в виду имел в виду то, что зрение способно проникать в невидимую суть видимых вещей. Зрение человеческое иногда позволяет узнать не только биологически важные свойства предметов, но и такие их качества, которые вообще недоступны органам чувств, но известны разуму. Мы обладаем способностью воспринимать предметы и явления, стремимся понять то, что видим. «Понимать» – значит видеть вещи определенным образом, но нельзя «видеть» не понимая [4].

Определенные зримые предметы, являются символом времени, явления или события.

Существуют драматические спектакли без слов. Чаще всего их называют перформансами. Хореография, жесты, взгляды, действия, музыка, костюмы и свет. Слов нет, но зрителю все понятно. Он видит и все понимает, поскольку режиссер убрал только текст, но все знакомые поведенческие схемы, взгляды актеров, положение рук и тела, музыкальный материал наполнен узнаваемой информацией страсти и любви, троллинга или ненависти, расставания или одиночества. В. Полунин мастер подобного рода перформансов и этюдов. «Разумный глаз» порой обладает весьма нестандартным соотнесением реальной действительности сформированных им образов.

Арнхейм Р. готов предположить, что чувство зрения действует путем образования визуальных форм, которые соответствуют внешнему виду предметов в данном окружении. Автор считает, что эти визуальные понятия имеют свои эквиваленты в рисунках и картинах. Особенно ярко они видны на ранних ступенях умственного развития, когда они еще просты [1]. Приведем оригинальный пример использования одной визуальной формы знаменитым дизайнером – Яёи Кусамой. Она разработала особенный собственный язык творчества – геометрическую форму круга и его объемной модель – шар. В связи с этим ее прозвали Polka Dot Queen – «королевой узора в горошек» [9].

В поиске нового визуального решения при помощи новых форм и ассоциации разных наук рождаются сюрреалистические инсталляции, новые решения образов в буффонаде, в костюмах для артистов, в кукольном театре и тематических вечеринках для коммерческих компаний. Тенденция современности – найти креативное уникальное визуальное решение.

Например, Грегори Р. Л предлагает нам именно рассматривать мир как световые узоры, которые важны лишь постольку, поскольку могут

быть использованы для узнавания неоптических свойств вещей. «Узоры» в таком смысле чрезвычайно далеки от «предметов». Вместо слов «характерный, непохожий на другие узор» будем применять специальный термин – паттерн. Под этим словом здесь разумеется определенный набор условий, поданных на вход рецептора в пространстве и во времени. Но зрение воспринимает нечто гораздо более значительное, чем паттерн, – предметы, существующие во времени и пространстве [4].

Определенный набор узоров формирует картинку, которая складывается в информацию, благодаря базовому, историческому и генетическому уровню ассоциаций и знаний человека. Традиционная «роспись узорами» современных зрелищных видов культуры диктует их восприятие в разрезе. Неподготовленный зритель может и не понять, что хотел сказать автор. Например, тематическая инсталляция в Культурном центре Андрея Вознесенского открывается выставка-инсталляция «Моя Плисецкая. Вознесенский Новый Год», посвященная дружбе знаменитого поэта и прославленной балерины – Андрея Вознесенского и Майи Плисецкой. В составе экспозиции был стол с хрусталем, звуками застолья, диалогами Маи и Андрея, реальными угощениями и чаем. Автор: Шура Чернозатонская. Прежде чем понять смысл инсталляции, нужно узнать характер взаимоотношений семьи Андрея Вознесенского и Маи Плесецкой, восприятие поэтом выдающейся артистки балета.

Подводя итог, стоит отметить, что мы живем в мире, где царит эпоха визуального мышления, визуальных образов, визуального контента. Роль визуальности в современном глобализированном обществе невозможно недооценить. Каждый из нас субъективно участвует не только в восприятии визуальной информации, но и при продуцировании ее модели. Digital-пространство вокруг нас стало неотъемлемой частью работы и досуга: мы используем его при повседневном общении, совершении бытовых операций, посещении культурных учреждений для удовлетворения интеллектуальных и духовных потребностей. Отсутствие языковых барьеров в области визуальности, увеличение скорости передачи визуальных текстов и развитие электронных и медийных средств коммуникации стало предпосылкой триумфа «визуального» над «вербальным». Эволюционное усложнение работы «разумного глаза» визуальной коммуникации с каждым годом совершенствуется не только в символах, образах и интертекстах, но и в скорости восприятия, что приводит к расширению области и ситуации ее применения. Однако, несмотря на обилие инноваций вокруг нас, повсеместная трансляция событий, мыслей, информации, слов, идей через зримые образы делают визуальный мир доступным и понятным для человека. Мы становимся свидетелями и соавторами нового медиамира. В будущем же нас ждёт новое искусство визуализации и не факт, что оно будет создано человеком.

Список литературы

1. Арнхейм Р. Визуальное мышление. Психология мышления. // Книга: хрестоматия по психологии. Москва: АСТ: Астрель, 2008. 672 с.
2. Воеводина Л.Н. Динамика визуальных исследований и новый дискурс художественной образности // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2022. № 1. С. 54-62.
3. Гавра Д. Основы теории коммуникации: учебное пособие. Санкт-Петербург: Питер, 2011. 288 с.
4. Грегори Р. Л. Разумный глаз. Изд. 2-е. Москва: Едиториал УРСС, 2003. 240 с.
5. Даниэль С. М. Искусство видеть. Москва: Амфора, 2006. 206 с.
6. Матьяш О. И., Погольша В. М. Межличностная коммуникация: теория и жизнь Санкт-Петербург: Речь, 2011. 560 с.
7. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов.2005 URL: <https://kprf.ru/library/classics/manuals/4210.html>
8. Сальникова Е. В. Феномен визуальности и эволюция визуальной культуры: авторефер. дис.. на соискание ученой степени доктора культурологии. Москва, 2012. 52 с.
9. Сантьяго Преап. Бесконечность до красной точки: Яёи Кусама. 2018: URL: https://birdinflight.com/ru/pochemu_eto_shedevr/20180515-kusama.html
10. Ткаченко О. Н., Красноярова Д.К. Креативная основа визуальной коммуникации // ОНВ. 2013. №5 (122): URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-osnova-vizualnoy-kommunikatsii>
11. Что такое нейросеть и как она работает. 20232.: URL: <https://skillbox.ru/media/code/chto-takoe-neyroset-i-kak-on-a-rabotaet/>