



Check for updates

Философия образования и историческая
типология культуры

УДК 111

<https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2021-3-2-153-162>

Визуализация образования: от книги к видео

Е. М. Сергейчик^{✉1}

¹ Санкт-Петербургская академия постдипломного педагогического образования, 191002, Россия,
г. Санкт-Петербург, ул. Ломоносова, д. 11

Для цитирования:

Сергейчик, Е. М.
(2021) Визуализация образования:
от книги к видео.
*Журнал интегративных
исследований культуры*, т. 3, № 2,
с. 153–162.
<https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2021-3-2-153-162>

Получена 16 марта 2021;
прошла рецензирование
28 апреля 2021;
принята 28 апреля 2021.

Права: © Е. М. Сергейчик (2021).
Опубликовано Российским
государственным педагогическим
университетом им. А. И. Герцена.
Открытый доступ на условиях
лицензии CC BY-NC 4.0.

Аннотация. Визуализация современного образования происходит в контексте информационной революции, которая обуславливает переход от традиционной книжной культуры к визуальной. В информационном обществе основным способом генерации, систематизации, хранения и трансляции знания становится визуальный образ, обладающий рядом преимуществ по сравнению с традиционным вербальным образом. Развитие новых медиа — фотографии, кинематографа, телевидения, видео — способствует распространению сложных — монтажных, полисемантических образов, которые представляют собой своеобразные тексты, интерпретация, декодирование которых требует специальных знаний и умений.

На первом этапе становления информационного общества в 60–80-е гг. адекватным способом освоения визуальных образов были семиотический и герменевтический подходы, которые базировались на принципах философии языка. В 90-е гг. цифровые медиа создают визуальные образы, которые не репрезентируют реальность, а презентуют ее прямо и непосредственно, становятся основным инструментом конструирования реальности. Визуализация социального пространства воспринимается как смена двух культур: «культура значения» уступает место «культуре присутствия», образы которой становятся все более динамичными и активно влияющими на человека. Тем самым визуальные образы медиареальности выступают в качестве эффективного способа самоидентификации личности в сложноорганизованном многомерном социальном пространстве.

Изменение представлений о природе визуального образа, его познавательных возможностях актуализирует дальнейшую разработку философской методологии, которая может служить основанием для развития частнонаучных методов, в частности и педагогических. Такой философской методологией сегодня является феноменологическая герменевтика, которая позволяет раскрыть проективные возможности визуального образа, его связи с субъектом восприятия в контексте современной цифровой эпохи, где визуальное становится структурирующим принципом культуры.

Ключевые слова: визуализация образования, визуальный образ, креативность, визуальная коммуникация, самоидентификация, герменевтический подход.

Visualization of education: From books to videos

E. M. Sergeychik✉¹

¹ Saint Petersburg Academy of Postdegree Pedagogical Education,
11 Lomonosova Str., Saint Petersburg 191002, Russia

For citation:

Sergeychik, E. M. (2021)
Visualization of education:
From books to videos.
*Journal of Integrative Cultural
Studies*, vol. 3, no. 2, pp. 153–162.
<https://www.doi.org/10.33910/2687-1262-2021-3-2-153-162>

Received 16 March 2021;
reviewed 28 April 2021;
accepted 28 April 2021.

Copyright: © E. M. Sergeychik
(2021). Published by Herzen State
Pedagogical University of Russia.
Open access under [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
License 4.0.

Abstract. Visualization of modern education is part of the information revolution with its transition from traditional book culture to visual culture. In the information society, the key tool of generating, systematising, storing and translating knowledge is a visual image that has a range of advantages over the traditional verbal image. The development of new media — photography, cinema, television, and video — promotes the dissemination of complex polysemantic images. These texts require special knowledge and skills to be properly decoded and interpreted.

Early during the development of information society in the 60–80s, the semiotic and hermeneutic approaches based on the philosophy of language were an adequate way of mastering visual images. In the 90s, digital media created visual images that do not represent reality, but, rather, present it directly. This technique has been, since then, the main tool for constructing reality. The visualization of social space is perceived as a cultural transformation: the “culture of signification” gives way to the “culture of presence”. The images of the latter are getting more dynamic and have a continuous impact on the person. Thus, visual images of media reality are an effective way of a person’s self-identification in a complex multidimensional social space.

A shift in the understanding of the visual image and its cognitive possibilities fosters further development of philosophical methodology giving rise to more granular methods of research, including research in education studies. One of the modern philosophical methodologies of today is phenomenological hermeneutics. It reveals the projective possibilities of the visual image and its connection with the subject of perception in modern digital age with visual images as the structural principle of culture.

Keywords: visualization of education, visual image, creativity, visual communication, self-identification, hermeneutic approach.

*Основной процесс Нового времени —
покорение мира как картины.*
М. Хайдеггер

Одной из тенденций развития современного образования является его визуализация — представление учебного материала в виде различного рода изображений с помощью информационно-коммуникативных технологий. Однако многие участники образовательного сообщества полагают, что визуализация — это хорошо проработанный педагогикой прием использования наглядных средств в учебном процессе, и проблема состоит только в применении информационно-коммуникационных технологий. Кроме того, высказываются опасения, что увлечение визуализацией ведет к упрощению представлений о действительности, к замене живого общения безличными визуальными медиа, тормозит познавательную и интеллектуальную активность и т. п. Подобная точка зрения не учитывает

парадигмальные сдвиги, происходящие в современном обществе: в большинстве своем критики «чрезмерной» визуализации исходят из принципов традиционной образовательной парадигмы — «книжной», которая сегодня сменяется новой — визуальной, вызванной к жизни информационной революцией.

«Книжная культура», получившая развитие с изобретением печатного станка, соответствовала характеру индустриального общества, которое понималось как общество рационально организованное, управляемое на основе знания действующих в нем причинно-следственных связей и законов общественного развития, имеющих линейный, предсказуемый характер. Логоцентризм классической науки как фундамента «машинной цивилизации» ориентировал образование на накопление и передачу достоверных знаний, необходимых для построения целостной непротиворечивой картины мира, на развитие рационального мышления — логиче-

ского, системного, действующего в рамках определенной концептуальной структуры. Технократизм образования означал подготовку определенного типа личности — технократа, специалиста, способного работать в рамках стандартизированных ситуаций, заданных алгоритмов, которые востребованы индустриальным обществом. Адекватным способом представления знания, формирующего мировоззрение «индустриального человека» в процессе образования, был печатный текст, печатное слово, подчиняющее себе устное слово, устную речь, организуя ее по образцу письма. Иными словами, письменно-книжная форма литературного языка в эпоху индустриализации задает формат устной речи, определяет ее правила, переводит коммуникацию из аудиотактильного пространства в «визуальное пространство письменного человека» (М. Маклюэн), т. е. в текст как визуальное воплощение вербальной коммуникации. Символом классической модели образования становится Учебник, в котором последовательно и аргументированно, упорядоченно и системно, от истоков к современности, от простого к сложному излагаются в готовом виде знания по учебным предметам. Учитель оказывается приложением к учебнику, он должен в доступной форме объяснять учебный материал, проверять и оценивать степень усвоения знаний учениками. Одним из приемов, способствующих эффективному освоению учебного материала, было использование визуальных образов, которые иллюстрировали текст, дополняли его, конкретизировали, разъясняли и сами нуждались в словесном сопровождении.

Информационное общество, становление которого началось в 60–70-е гг. XX в., существенно отличается от индустриального. Информационное общество — это общество инновационное, оно характеризуется возрастанием значения коммуникации как источника генерации новых идей и предстает как «сеть самовоспроизводящихся коммуникаций» (Н. Луман), которые придают социальной структуре неустойчивость, обеспечивающую ее обновление. Глобализация, которая есть не побочный эффект информационного общества, а распространение его закономерностей на весь мир, не влечет за собой унификацию содержания коммуникации, не создание гомогенного человечества, базирующегося на одинаковых ценностях, но порождает «революцию множественности и мобильности» (М. Наим), знаменующую наступление «эпохи суперразнообразия» (Э. Гидденс). В этом постоянно изменяющемся мире

возрастающей сложности серьезной проблемой для человека становится сохранение идентичности, находящейся на пересечении интенсивных коммуникационных потоков. Поэтому одной из важнейших целей образования является содействие самоидентификации личности, сохраняющей свою устойчивую целостность и вместе с тем готовой к самоизменению и саморазвитию. Наиболее востребованной способностью человека в информационном обществе становится способность к творчеству, которая маркирует все другие способности и личные качества. Успешное решение этой задачи требует пересмотра целей образования, форм, методов их достижения сообразно тем радикальным изменениям в обществе, которые имеют выраженное антропологическое измерение. И визуализация образования играет все возрастающую роль в этом процессе.

В информационном обществе возрастание объема, скорости, интенсивности и разнообразия коммуникационных потоков вызывает необходимость поиска новых способов генерации, упорядочения, хранения и трансляции знания в процессе образования, выступающего наряду с наукой фундаментальным фактором общественного прогресса. Таким адекватным потребностям «общества знания» способом упаковки информации является не книга, т. е. письменно-печатный текст, а визуальный образ. Преимущество образа над словом заключается в способности быстро схватывать, преобразовывать, упорядочивать, тиражировать, передавать большие объемы информации. «Социум, в своих аксиологических основаниях ориентированный на эффективность, — пишет С. Аванесов, — закономерно образом начинает опираться преимущественно на визуальные формы коммуникации. Оптически данное не нуждается в сложных системах декодирования, резко сокращает зазор между сообщением и его восприятием. Более того, визуальный образ становится средством прямого действия, выступая в современной культуре как самодостаточный и саморепрезентативный» (Аванесов 2015, 15). Осуществляющийся сегодня переход от текстового, вербального способа передачи информации к визуальному означает, что речь идет не столько о традиционных — нарративных визуальных образах, которые отражают реальность в ее конкретном проявлении, в ее типическом выражении, но о более сложных, типологических образах, способных к более широкому и глубокому обобщению социальной практики.

Это не означает, что наррация как последовательное, логически связанное повествование

о множестве взаимосвязанных событиях исчезает, поскольку потребность постигать мир рационально, т. е. системно, последовательно и непротиворечиво, присуща самой природе человека. Кроме того, становление информационного общества в мировом масштабе происходит на фоне сохраняющих свое значение индустриальных структур, которые воспроизводят массового человека с присущим ему массовым сознанием. Не только традиционные, но и новейшие медиа — компьютерные, цифровые, сетевые коммуникации и технологии обеспечивают простые и испытанные способы стандартизации, упрощения культурного материала для людей, не привыкших к самостоятельному осмыслению информации и настроенных потреблять ее в готовом, обработанном виде. В доступной форме, простыми, прозрачными образами, легко преодолевая лингвистические ограничения, что чрезвычайно ценно в эпоху глобализации, новые медиа «рассказывают» огромным массам людей о происходящих событиях.

Вместе с тем по мере усложнения общества и роста его разнообразия продолжается процесс демассификации, плюрализации, таргетизации медиа, который принуждает человека к выбору информации как одного из условий самоидентификации — к выбору самого себя, к критическому осмыслению и постоянному пересмотру своих позиций. «Большой визуальный скачок», характеризующийся возрастанием объема и скорости потока визуальных образов, ориентирует образование на то, чтобы помочь человеку преодолеть ограниченность его коммуникативного опыта, расширить его границы, научить самостоятельно отбирать и критически осмысливать ту визуальную информацию, которая соответствует его представлениям о мире, препятствует манипуляциям и способствует его личностному развитию. «Клипсовая» картина мира, предоставляемая современными медиа, актуализирует способность к обобщению, систематизации, критической рефлексии разнообразного информационного материала, к анализу и собиранию его разрозненных видеоданных в относительно целое, т. е. стимулирует развитие абстрактного, логического, системного мышления.

Однако помимо относительно простых — «слабых» визуальных образов, повествующих о каких-либо событиях, создание и распространение уже в первой половине XX в. таких визуальных средств, как фотография, кинематограф, телевидение, видео, свидетельствовало о появлении образов, содержание которых не под-

дается быстрому и непосредственному пониманию. Визуальный образ в постклассической философии стал рассматриваться как созданный человеком конструкт действительности, а не как ее отражение той или иной степени адекватности. По мнению В. В. Савчука, «конструкция объективного отображения или изображения реальности утратила фундамент. Референт изображения оказывается под вопросом. Идея адекватности отступает перед свободным выбором представления одной и той же реальности... Мы не интерпретируем то, что видим, мы изображаем то, что представляем. Реальность выступает лишь как архив или склад, откуда отбирается или заказывается необходимое для производства образов» (Савчук 2013, 99). Такое понимание визуального образа требует разработки новых методов его использования в образовательном процессе на основе новых философско-антропологических исследований.

Концепция ауры В. Бенямина, обратившего в 30-е гг. внимание на зависимость понимания произведения искусства от его контекста, повлияла на дальнейшее развитие семиотического и герменевтического анализа визуальной культуры в 60–80 гг., когда начался интенсивный процесс визуализации информационного пространства. Такие мыслители, как М. Фуко, Ж. Бодрийяр, А. Лефевр, Ги Дебор, прежде всего обратили внимание на то, что образы, тиражируемые СМИ, не только становятся потребительским товаром, но и орудием социального контроля и власти (Фуко 2018). «Сегодня положение дел уже таково, — пишет Бодрийяр, — что у нас почти отсутствует выбор — мы захвачены этой пролиферацией образов, становлением-образом мира на экранах, становлением-образом нашей вселенной, превращением всего в образное» (Бодрийяр 2006, 91). Визуальные образы создают, по Бодрийяру, «гиперреальность», которая «симулирует» социальность, они выступают в качестве «симулякров» — копий вещей, подчас не имеющих никакого отношения к реальности. Симулякры дезориентируют человека, делают его объектом манипуляции со стороны различных властных структур, порождают отчуждение, фрустрацию, агрессию, эскапизм, что, в конечном счете, может привести к деперсонализации и дереализации. Это критическое отношение к новой визуальности становится все более актуально на фоне современности, которую называют эпохой постправды, захваченной «пролиферацией» фейковых новостей. Однако значение современного визуального образа не сводится к выяснению его социально-политического смысла

и роли, которую он играет в борьбе различных социальных общностей за доминирование.

Для понимания смысла нового визуального образа значительный интерес представляет семиотический анализ Ю. Лотмана, Р. Барта, У. Эко и других представителей постструктуралистской методологии, которые рассматривали явления культуры как акты коммуникации, базирующиеся на системе знаков. Плюрализм образов, выражающий множественность видений реальности, позволяет говорить о сложных полисемантических образах, которые представляют собой своеобразные тексты, включающие пласты далеко не всегда явленных в непосредственном опыте зрителя историко-культурных смыслов. «Прочтение» этих текстов осуществляется в процессе их декодирования, деконструкции, расшифровки, интерпретации человеком, который всегда находится в конкретном социокультурном пространстве и обладает своим собственным мировидением. Поэтому речь не идет о том, что раскрытие культурных кодов позволит осуществить «правильную» интерпретацию визуального сообщения, но о возможности различных толкований, каждое из которых не является привилегированным по отношению к другим. Гетерогенность восприятия визуальных образов обуславливается возрастающим участием зрителей в толковании увиденного, которое в свою очередь побуждает самих интерпретантов к переосмыслению их собственных взглядов. Эта позиция раскрывается в последней работе Барта, в которой рассматривается соотношение *studium* — системы общезначимых значений образа, которые нужны в интерпретации, и *punctum* — сугубо индивидуальных, пропущенных через личный опыт переживаний увиденного (Барт 2011). Смещение исследовательского интереса в сторону субъекта восприятия поставило проблему границ интерпретации как одной из важных проблем семиотики У. Эко. Если в начале 60-х гг. Эко придерживался позиции «неограниченного семиозиса», т. е. интерпретации, не имеющей границ, то в своих поздних работах признал многочисленность, но не бесконечность интерпретаций (Эко 2016).

В отличие от постструктуралистов, уделявших основное внимание структуре визуального образа, представители герменевтики — П. Штомпка, И. Гофман, С. Зонтаг и др. — вслед за Х.-Г. Гадамером отталкивались от понимания визуального образа как события жизненного мира в контексте повседневности и сосредотачивались на процессе его интерпретации, обусловленной особенностями его восприятия

интерпретатором. Примером может служить семиотический и герменевтический анализ фотографии Штомпкой (Штомпка 2007, 57–62).

Несмотря на то, что в российской гуманитарной науке, и в частности в исторической, исследователи традиционно опираются на письменные материалы, в последнее время прослеживается тенденция к более активному использованию визуальных источников. Примером применения семиотического и герменевтического метода анализа зрительных образов, которые конструируют историю, являются исследования, представленные в сборнике «Очевидная история. Проблемы визуальной истории России XX столетия». Обращаясь к фотографии, архитектуре, карикатуре, плакату и иным визуальным практикам, авторы стремились толковать зрительные образы не как иллюстрации к историческому источнику, но как специфические тексты, нуждающиеся в расшифровке, декодировке в контексте соответствующих дискурсов. Опираясь на семиотический метод, И. Нарский в своем анализе возможности исторической интерпретации семейной фотографии показывает, что «визуальный образ открыт для различных интерпретаций», которые зависят «от постановки вопросов и познавательного интереса исследователя» (Нарский 2008, 57). Визуальные образы в истории интересны и тем, что они содержат в себе то эмоциональное начало, которое определяет отношение людей к историческим событиям, формирует их мировосприятие, задает вектор видения исторической перспективы.

Однако с начала 90-х гг., лингвистический поворот, в рамках которого развивались постструктурализм и герменевтика, сменяется пикториальным поворотом, или иконическим, или визуальным, который свидетельствует о существенном изменении понимания природы визуального образа. В 90-е гг. информационное общество трансформируется в свою новую фазу — электронно-цифровую, которая характеризуется интенсивным процессом визуализации информации. Сегодня цифровые медиа представляют информацию преимущественно в визуальной форме и воспринимаются как визуальные, оказывая все более сильное, чем прежде, влияние на все стороны жизни человека (Дроздова 2017). Визуальный поворот означает переход от вербального, текстового способа коммуникации к визуальному, вследствие чего визуальная, фигуративная модель означивания становится основным инструментом конструирования реальности. «Признав то, что визуальный образ уже не отражает, но сам яв-

ляется реальностью единственно доступной человеку и действительно воздействующей на него, — писал В. Флюссер, — мы вынуждены признать, что бытие образа совпадает с бытием как таковым. Анализ фотообраза как условия и фундамента реальности сегодня совпадает с вопрошанием о бытие сущего как такового, т. е. с онтологией» (Флюссер 2008, 18). Подобной точки зрения на визуальное придерживаются Х.-У. Гумбрехт, Ж. Диди-Юберман, Ж.-Л. Марьон, Х. Белтинг, У. Дж. Т. Митчелл, Дж. Элкинс. Признание образа как самостоятельной, самодостаточной, самореферентной реальности означает, что образ не «репрезентирует» эту реальность, а «презентирует», представляет ее прямо и непосредственно. Следовательно, рациональный семиотический подход, ориентирующийся на выявление в образе некой логической структуры, схемы, не может быть исчерпывающим, поскольку оставляет за рамками своей компетенции то, что связано с человеческими чувствами.

Среди этих чувств зрение играет ведущую роль: «Видеть — это состояние, которое предполагает максимальное приближение к миру вещей, процессов, перемещение их в пространство взгляда, — пишет В. В. Колодий. — Тогда в основе взгляда — уже не просто зрение, а умозрение, зрение, которое превращается в телесно-интеллектуальную форму. Чтобы увидеть мир повседневности, мир сущего, одного лишь приближения мало. Человек должен повернуть к ним лицо, ему нужно захотеть увидеть, человеку нужно “уговорить” вещи стать персонажами своего жизненного мира и убедиться в том, что они сумеют стать таковыми» (Колодий 2011, 117). Визуальный образ приближает человека к реальности, вписывает его в конкретный мир, обеспечивает присутствие в этом мире, максимально сближает «видение» и «существование». Визуальный образ схватывает реальность во всем ее разнообразии и качественном своеобразии, в ее уникальности и неповторимости, а не в упрощенном типизированном виде. Визуализация социального пространства воспринимается как смена двух дискурсов, двух культур: «культура значения» уступает место «культуре присутствия», образы которой становятся все более динамичными и активно влияющими на человека — формирующими его взгляды и организующими его опыт (Гумбрехт 2006). Восприятие визуальных изображений, отмечают И. Н. Инишев и Ю. А. Бедаш, оказывается одной из ключевых форм обретения мира, одной из основных форм его присутствия: «...Воспринимаемая визуальные изо-

бражения <...> мы не столько мысленно извлекаем из соответствующего материального медиума “информацию”, сколько предпринимаем эмоциональные, интерпретативные, сенсомоторные и прочие усилия, направленные на генерирование и поддержание специфических взаимосвязей опыта образа, на нашу интеграцию в них» (Инишев, Бедаш 2016, 17). С этой точки зрения визуальные образы не только и не столько способы передачи визуальной информации, сколько «специфические формы опыта, необходимые для полноты социальной жизни». Визуальные образы обеспечивают прямую связь с реальностью, осуществляемую через наше тело, наши органы чувств. Захватывая наше внимание, очаровывая, производя впечатление, визуальные образы вызывают в нас чувства сопричастности, сопереживания, стимулируют и активизируют стремление к действенному соучастию.

Визуальный образ, который запечатлевает здесь и сейчас, в этом конкретном месте и в определенное время на фото, видео, — весьма наглядный и убедительный способ самоидентификации личности, вовлеченной в процесс тотальной коммуникации, стремящейся выделиться из массы, утвердить в качестве личности и публично продемонстрировать это всем участникам коммуникации. «Актуальным для общества стала оцифровка объектно-предметной культуры и формирование нового самобытия (самости) личности, связанного с индивидуальным переживанием о возможности получить целостное (максимальное) знание о мире» (Александрова 2018, 93). Цифровые технологии позволяют каждому постоянно фиксировать, запечатлевать, документировать события своей жизни, которые складываются в биографию — личную историю. Если раньше люди рассматривали свою жизнь как органическую часть жизни сообщества, принадлежность к которому считали прирожденной, то сегодня личная жизнь со всеми ее перипетиями становится намного важнее, а личный жизненный опыт — поучительнее. Зафиксированная в визуальных документах личная жизнь позволяет вернуться к событиям прошлого, вспомнить, осмыслить и переосмыслить собственные поступки, оценить и переоценить свой социальный опыт, перестроить жизненную стратегию. Это стимулирует развитие рефлексивного мышления, которое препятствует попыткам манипулировать сознанием и поведением, помогает осознавать и отстаивать свои собственные интересы, анализировать и контролировать свои поступки, искать и находить нестандартные решения в сложных жизненных ситуациях.

Вместе с тем критическая рефлексия осуществляется в постоянном диалоге с другими участниками коммуникации и «на виду», что иногда вызывает обвинение в нарциссизме, излишней публичности, в разрушении приватности. Безусловно, издержки интенсивной коммуникации есть, тем не менее визуальные образы становятся действенной силой не только самоопределения личности, но и создающей разнообразные виртуальные сообщества (комьюнити, нетворкинг), которые активно занимают социально значимой деятельностью, успешно решают общие проблемы. Тем самым медиареальность должна целенаправленно использоваться в процессе образования, которое опираясь на разнообразные медиа, помогает раскрывать смыслы визуальных образов, способствующих самоидентификации личности.

Изменение смысла визуального образа, призванного выразить бытие конкретного человека, обусловило появление мультимедиа, виртуальной реальности, компьютерных симуляторов и пр., которые позволяют связать зрение с иными проявлениями человеческих чувств — слухом, осязанием, обонянием, создать ощущения полноты и вместе с тем конкретности бытия человека, реальности его эмоциональных связей с другими. Наиболее распространенные в медиа визуальные образы — это образы аудиовизуальные, в которых большую роль играет речь, слово, но не печатное, текст, а устное, разговорное, востребованное интернет-коммуникацией. Именно поэтому новые медиа обладают свойством иммерсивности, вызывают чувство сопричастности, соучастия, включенности в жизненные потоки, которые движутся с постоянно возрастающей скоростью. Ф. Джеймисон, представитель «новой» герменевтики, полагал, что выразителем нового духа эпохи является кино, которое вытесняет нарратив как базисный опыт человека и предлагает совершенно новый язык. Основой грамматики нового языка кинематографа, считал Джеймисон, является «монтаж», который самым противоречивым, дискретным, «рваным» образом, допуская «зазоры» и «разрывы», вопреки обычной логике рассказа, соединяет знаки, символы в некое смысловое целое, вызывающее определенные эмоции. Монтаж как антитеза наррации противостоит линейному мышлению, воплощает принцип деконструкции, нелинейности, способствуя тем самым рождению новых образов и новых смыслов (Колодий, Колодий 2010, 148). Примером использования таких «сильных», монтажных образов является творчество А. Тарковского, А. Сокурова, М. Ханеке, П. Соррентино и других.

представителей так называемого авторского кино.

Итак, в визуальной реальности складывается своеобразная «линейка» образов, на одном конце которой размещаются образы «слабые», прозрачные, легко воспринимаемые неискушенным зрителем, а на другом конце — образы «сильные», требующие визуального опыта, времени и навыков для их осмысления. «В отличие от “сильных” образов основной эффект “слабых” в отношении действительности можно охарактеризовать не как “генеративный”, а как “трансформативный”, — отмечает Инишев. — Они не столько генерируют новые смыслы, сколько трансформируют старые — те, которые сформировались во внекиноконических контекстах. Но как “сильные”, так и “слабые” образы не репродуцируют, а производят реальность. Однако делают это по-разному и в разных масштабах» (Инишев 2011, 119). Разумеется, продуктивные возможности образов различаются; тем не менее именно образное восприятие мира лежит в основе «прироста» значений (Гадамер), т. е. визуальное является той «материей», которая конструирует действительность и порождает инновации.

Итак, визуальные образы разнообразны, они бывают разного уровня сложности, силы и часто предстают в смешанной гибридной форме. Постигание этих изображений требует не только знания их природы, способов освоения специальными средствами, которые недостаточно разработаны и слабо представлены в образовательном процессе, хотя заполняющее информационное поле цифровая среда возрастающими темпами активизирует распространение и усиливает влияние визуальных образов. Необходимо развивать культуру смотрения, культуру зрения, которая предполагает наличие разных форм, способов смотрения, режимов зрения в зависимости от особенностей визуальных образов. Зрение выступает здесь не как физиологическая способность человека, а как культурный феномен. Так, например, М. Мерло-Понти различал видение пассивное, связанное с поверхностным пониманием мира, и активное, посредством которого раскрываются глубокие порядки видимого, существующие вне культурных паттернов (Мерло-Понти 1999). Взгляд может дисциплинировать, надзирать, использовать изображение как инструмент власти при помощи видеокамер, контрольных мониторов и прочих средств слежения, которые свидетельствуют о наступлении «общества наблюдения» (П. Вирильо, М. Фуко). О «рассеянном» взгляде — скользящем, поверхностном, не останавливаю-

щемся — писали М. Хайдеггер, В. Беньямин, П. Вирно, о ценности «участливого созерцания» — М. Бахтин и т. д. Иными словами, существует множество режимов зрения, делающих разнообразным наш визуальный опыт, который необходимо развивать и культивировать в процессе образования.

Изменение представлений о природе визуального образа, его познавательных возможностях актуализирует дальнейшую разработку философской методологии, которая может послужить основанием для развития частнонаучных методов, в том числе и педагогических. Такой философской методологией сегодня является феноменологическая герменевтика, которая позволяет раскрыть проективные возможности визуального образа, его связи с субъектом восприятия в контексте современной цифровой эпохи, где визуальное становится структурирующим принципом культуры (М. Мерло-Понти, П. Рикер, Ж.-Л. Марьон, М.-Ж. Мондзен и др.). В силу разнообразия визуальных изображений феноменологическая герменевтика не исключает возможность использования семиотического и герменевтического подхода как комплиментарных. Овладение современной методологией научного исследования позволит раскрыть тот большой образовательный потенциал визуальных образов, который востребован современным цифровым обществом.

Итак, визуализация образования — это сложный процесс, требующий понимания тех существенных перемен, произошедших в мире, которые радикально меняют наше представление

о природе визуальных изображений, об их познавательных возможностях, о роли в развитии общества и личности. В настоящей статье основное внимание было обращено на такие ключевые проблемы визуализации образования, как новое понимание природы визуального изображения, поиск адекватной философской и научной методологии его познания, использование визуальных образов в процессе самоидентификации личности как одной из важных целей образования, в развитии креативности как базовой компетенции личности в информационном обществе. Многие проблемы, такие как, например, специфика использования в образовательном процессе различных видов визуальных изображений — фото, кино, видео и др., особенности визуальных образов в различных сферах деятельности — искусстве, науке, технике, повседневной жизни и т. п., развитие средствами визуального различных видов идентичности — профессиональной, локальной, этнической, национальной и др., возможности виртуальной реальности в обучении и др. могут успешно решаться только при условии понимания тех существенных перемен, которые связаны с наступлением «цивилизации образа». Проблема визуализации образования, развития визуального мышления в процессе образования требует понимания сути визуальной революции как составляющей революции информационной. Визуальная революция — не метафора, а реальный процесс преобразования общества, в котором изменения самой природы человека можно расценивать как революцию антропологическую.

Литература

- Аванесов, С. С. (2015) Предметная сфера и эпистемическая структура визуальной антропологии. *ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики*, № 1 (3), с. 11–20.
- Александрова, Л. Д. (2018) Опыт саморефлексии в контексте медиареальности и цифровой культуры. *Социум и власть*, № 3 (71), с. 23–29.
- Барт, Р. (2011) *Сатера lucida. Комментарий к фотографии*. М.: Ад Маргинем Пресс., 272 с.
- Бодрийяр, Ж. (2006) *Пароли. От фрагмента к фрагменту*. Екатеринбург: У-Фактория., 199 с.
- Гумбрехт, Х.-У. (2006) *Производство присутствия: Чего не может передать значение*. М.: Новое литературное обозрение., 184 с.
- Дроздова, А. В. (2017) Визуальные способы представления повседневности в новых медиа. *Вестник Российского государственного гуманитарного университета. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение*, № 6 (27), с. 114–124.
- Инишев, И. Н. (2011) Пространственность образности. *Toros: Философско-культурологический журнал*, № 1, с. 116–125.
- Инишев, И. Н., Бедаш, Ю. А. (2016) Визуальное, социальное, образное: зрительное восприятие как фактор современной культуры. *ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики*, № 1 (7), с. 9–25.
- Колодий, В. В. (2011) Видение и особенности современного визуального опыта. *Известия Томского политехнического университета*, т. 318, № 6, с. 114–119.
- Колодий, Н. А., Колодий, В. В. (2010) Визуальный поворот и его влияние на социальное познание. *Известия Томского политехнического университета*, т. 316, № 6, с. 146–152.

- Мерло-Понти, М. (1999) *Феноменология восприятия*. СПб.: Ювента; Наука., 605 с.
- Нарский, И. В. (2008) Проблемы и возможности исторической интерпретации семейной фотографии (на примере детской фотографии 1966 г. из г. Горького). В кн.: И. В. Нарский (ред.). *Очевидная история. Проблемы визуальной истории России XX столетия*. Челябинск: Каменный пояс, с. 55–74.
- Савчук, В. В. (2013) Феномен поворота в культуре XX века. *Международный журнал исследований культуры*, № 1 (10), с. 93–108.
- Флюссер, В. (2008) *За философию фотографии*. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета., 146 с.
- Фуко, М. (2018) *Надзирать и наказывать. Рождение тюрьмы*. М.: Ад Маргинем Пресс., 384 с.
- Штомпка, П. (2007) Фотография как дополнение к другим методам социологии. В кн.: П. Штомпка. *Визуальная социология. Фотография как метод исследования*. М.: Логос, с. 45–77.
- Эко, У. (2016) *Роль читателя. Исследования по семиотике текста*. М.: АСТ., 640 с.

References

- Aleksandrova, L. D. (2018) Opyt samorefleksii v kontekste mediareal'nosti i tsifrovoj kul'tury [Experience of self-reflection in the context of media reality and digital culture]. *Sotsium i vlast' — Society and Power*, no. 3 (71), pp. 23–29. (In Russian)
- Avanegov, S. S. (2015) Predmetnaya sfera i epistemicheskaya struktura vizualnoj antropologii [Subject area and epistemic structure of visual anthropology]. *PRAEGMA. Problemy vizualnoj semiotiki — PRAEGMA. Journal of Visual Semiotics*, no. 1 (3), pp. 11–20. (In Russian)
- Barthes, R. (2011) *Camera Lucida: Reflections on photography*. Moscow: Ad Marginem Press., 272 p. (In Russian)
- Baudrillard, J. (2006) *Mots de passé. D'un fragment l'autre*. Ekaterinburg: U-Faktoria Publ., 199 p. (In Russian)
- Drozdova, A. V. (2017) Vizual'nye sposoby predstavleniya povsednevnosti v novykh media [Visual representation of the everyday in new media]. *Vestnik Rossijskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo Universiteta. Seriya: Istorija. Filologiya. Kul'turologiya. Vostokovedenie*, no. 6 (27), pp. 114–124. (In Russian)
- Eco, U. (2016) *The role of the reader: Explorations in the semiotics of texts*. Moscow: AST Publ., 640 p. (In Russian)
- Flusser, V. (2008) *Towards a philosophy of photography*. Saint Petersburg: Saint Petersburg University Publ., 146 p. (In Russian)
- Foucault, M. (2018) *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Moscow: Ad Marginem Press., 384 p. (In Russian)
- Gumbrecht, H.-U. (2006) *Production of presence: What meaning cannot convey*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ., 184 p. (In Russian)
- Inishev, I. N. (2011) Prostranstvennost' obraznosti [Spatiality of imagery]. *Topos: Filosofsko-kul'turologicheskij zhurnal — Topos. The Journal Philosophy and Cultural Studies*, no. 1, pp. 116–125. (In Russian)
- Inishev, I. N., Bedash Yu. A. (2016) Vizual'noe, sotsial'noe, obraznoe: zritel'noe vospriyatие kak faktor sovremennoj kul'tury [The visual, social, and imaginative: Visual perception as a factor of contemporary]. *PRAEGMA. Problemy vizualnoj semiotiki — PRAEGMA. Journal of Visual Semiotics*, no. 1 (7), pp. 9–25. (In Russian)
- Kolodij, V. V. (2011) Videnie i osobennosti sovremennogo vizual'nogo opyta [Vision and features of modern visual experience]. *Izvestija Tomskogo politehnicheskogo universiteta — Bulletin of the Tomsk Polytechnic University*, vol. 318, no. 6, pp. 114–119. (In Russian)
- Kolodij, N. A., Kolodij, V. V. (2010) Vizual'nyj povorot i ego vliyanie na sotsial'noe poznanie [Visual twist and its effect on social cognition]. *Izvestija Tomskogo Politehnicheskogo Universiteta — Bulletin of the Tomsk Polytechnic University*, vol. 316, no. 6, pp. 146–152. (In Russian)
- Merleau-Ponty, M. (1999) *Phénoménologie de la perception*. Saint Petersburg: Yuventa Publ.; Nauka Publ., 605 p. (In Russian)
- Narskij, I. V. (2008) Problemy i vozmojnosti istoricheskoi interpretatsii semejnoi fotografii (na primere detskoj fotografii 1966 g. iz g. Gor'kogo) [Problems and possibilities of historical interpretation of family photography (in the example of a children's photograph in 1966 from Gorky)]. In: I. V. Narskij (ed.). *Ochevidnaya istoriya. Problemy vizual'noj istorii Rossii XX stoletiya [An obvious story. Problems of the visual history of Russia in the XX century]*. Chelyabinsk: Kamennyj poyas Publ., pp. 55–74. (In Russian)
- Savchuk, V. V. (2010) Fenomen povorota v kul'ture XX veka [The phenomenon of turn in 20th century culture]. *Mezhdunarodnyj zhurnal issledovanij kul'tury — International Journal of Cultural Research*, no. 1 (10), pp. 93–108. (In Russian)
- Zstompka, P. (2007) Fotografija kak dopolnenie k drugim metodam sotsiologii [Photography as an addition to other methods of sociology]. In: P. Zstompka. *Vizual'naya sotsiologiya: fotografija kak metod issledovaniya [Visual sociology. Photography as a research method]*. 2nd ed. Moscow: Logos Publ., pp. 45–77. (In Russian)

Сведения об авторе

Елена Михайловна Сергейчик

SPIN-код: 7117-6905, e-mail: elena.sergeichik@gmail.com

Доктор философских наук, профессор кафедры философии образования Санкт-Петербургской академии
постдипломного педагогического образования

Author

Elena M. Sergeychik, SPIN: 7117-6905, e-mail: elena.sergeichik@gmail.com

Doctor of Philosophy, Professor of Department of Philosophy of Education, Saint Petersburg Academy of Postdegree
Pedagogical Education