



УДК 316.33

Визуальное пространство города: семиотический подход

С. Р. Курохтина

Курохтина Софья Руслановна, аспирант кафедры теоретической и социальной философии, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, sofic1994@mail.ru

В статье рассматривается проблема визуальности в контексте пространства с точки зрения визуальной семиотики. Выбор проблемы обусловил методологию, которая базируется на семиотическом подходе. Визуальная семиотика использует индукцию в качестве основного инструмента: анализируя отдельные элементы пространства – знаки, она движется к обобщению результатов на уровне семиотики в целом. Автор полагает, что визуальные образы, запечатленные в различных архитектурных постройках, играют важную роль в формировании социального устройства, пространства повседневной коммуникации, практик взаимодействия наблюдающих субъектов. Цель статьи – охарактеризовать основные принципы визуальной семиотики, отражающие теоретическое осмысление городской архитектуры как знаковой системы. Установлено, что главные теоретические принципы визуальной семиотики применительно к пространству состоят в следующих положениях: во-первых, визуальные артефакты, наводняющие пространство города, являются фактами коммуникации, поскольку имеют языковую направленность и воспринимаются как знаки. Во-вторых, главное свойство для визуального сообщения – емкость (за короткий срок субъект способен воспринять гораздо большее количество информации, чем от текста). В-третьих, определено, что чтение и порождение новых интерпретаций городского пространства происходят через повседневные практики, в ходе которых осуществляется присваивание и персонализация окружающего визуального пространства.

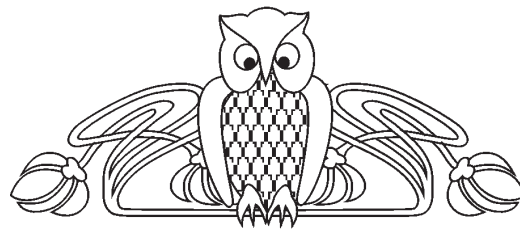
Ключевые слова: визуальность, образ, архитектура, городское пространство, визуальные исследования, визуальное сообщение.

Поступила в редакцию: 23.04.2020 / Принята: 02.07.2020 /
Опубликована: 30.11.2020

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-4-364-368>

Вследствие растущей информатизации общественного пространства способы производства и потребления данных подверглись изменениям. Постигший культуру в конце XX в. «визуальный поворот» свидетельствует о том, что имеет место рост интереса гуманитарных наук к визуальности. Исследователи визуальной культуры стали задаваться вопросами о статусе, функции, использовании визуальной информации. Окружающее пространство стало осмысляться как опосредованное



изображениями, что говорит о смещении способа восприятия от вербальному к визуальному. Таким образом, визуальность стала играть важную роль в формировании социального устройства, пространства повседневной коммуникации, а также практики человеческого взаимодействия с культурными артефактами.

Для осмысления представленных процессов визуальные теоретики предлагают несколько линий исследования визуальной составляющей в социальном контексте. Одни ученые изучают функционирование визуальных образов в социальном пространстве, что открывает перспективы изучения социальной реальности и фактов, ее составляющих [1–3]. Также ракурс рассмотрения сосредоточивается на поиске новых путей формирования социального субъекта, другие делают акцент на семиотическом аспекте визуальности, т.е. рассматривают образную реальность как самовоспроизводящую знаковую систему и трактуют образ в качестве репрезентации [4–6]. Однако представителей указанных направлений объединяет склонность к использованию конструктивистской методологии. Они полагают, что социокультурное пространство скрывает в себе пласты смыслов, которые формируют и формируемы визуальными образами, знаками и символами. Визуальная реальность преподносится в качестве культурного конструкта, который подвержен постоянному «считыванию» обществом наблюдающих субъектов. Основная мысль статьи заключается в том, что визуальная среда городского пространства может восприниматься как текст. Для доказательства представленного тезиса будет использована аргументация визуальной семиотики. Ракурс обсуждения будет сосредоточен на теоретических и практических исследованиях визуальной коммуникации в различных участках социокультурного пространства.

Семиотика как наука о коммуникативных системах, изучающая свойства знака, впервые была обозначена в трудах Ф. де Соссюра [7] и Ч. С. Пирса [8]. Изначально семиотический подход развивали лингвисты, но позже он был перенесен в русло аналитики явлений повседневной жизни Р. Бартом, который раскрыл знаковую природу повседневных вещей через культурные мифы [9]. Также стоит упомянуть научные труды мо-



сковско-гартуской школы, посвященные философско-семиотической теории символа, где «символ выступает как бы конденсатором всех принципов знаковости и одновременно выходит за пределы знаковости» [10, с. 20]. Однако стоит отметить, что ракурс рассмотрения визуальной семиотики предполагает обозначение слабо согласованной области теоретических, практических исследований визуальной коммуникации в различных сферах социокультурного пространства. Визуальная семиотика предполагает, что все сегменты-участки пространства предстают в качестве сообщений, которые транслируют смыслы идеологического, прагматического, экзистенциального толка. Из этого следует, что субъект, направляя когнитивный акт на сегменты социокультурного пространства, действует в русле семиотики. Визуальная семиотика использует индуктивную методологию: от анализа отдельных знаков-элементов пространства она движется к обобщению результатов на уровне семиотики в целом. Сегменты-участки пространства в русле визуальной семиотики предстают в качестве сообщений, которые транслируют различные смыслы, будь то идеологические, экзистенциальные или прагматические, из чего следует, что всякий направленный на сегменты пространства когнитивный акт будет неизбежно семиотическим.

Изображение является объектом изучения не только теории искусства, эстетики, культурологии, истории, но и объектом исследовательского интереса семиотики в аспекте визуальной коммуникации. Смыслы, которые несет в себе визуальный артефакт, могут быть восприняты только в коммуникативной ситуации, внутри которой происходит диахронное взаимодействие автора и получателя или синхронное взаимодействие нескольких получателей визуальной информации. Визуальный объект, с точки зрения семиотики, «...реализуется на многочисленных коммуникативных уровнях и, соответственно, дает разнообразный прагматический эффект: художественное изображение сообщает информацию, транслирует ценностные установки и приоритеты, генерирует эмоциональные состояния, индексирует локальные пространства и так далее» [11, с. 13].

Визуальные знаки находятся в состоянии постоянной адресованности, подчиняясь процессу вечного воспроизведения знаков – семиозису. Никакой аспект процесса порождения значений не пребывает в изоляции от других процессов, семиозис является бесконечным и включает три важных измерения – прагматику, семантику, синтактику. Нас интересуют первые два, поскольку они раскрывают коммуникативное измерение ви-

зуальной культуры. Первое измерение исследует отношение между знаком и интерпретантом. Оно демонстрирует процесс перехода одного смысла к другому, а также процесс воздействия визуального артефакта на наблюдателя. Семантика же показывает отношение, существующее между знаком и обозначаемым объектом, отвечает за изучение смыслов визуального объекта, смыслопорождающих визуальных кодов и может рассматриваться как родственная иконография. Прагматический аспект культуры раскрывает механизмы организации деятельности людей: кодирование смыслов происходит через трансляцию в различных визуальных формах, будь то живопись, театр, скульптура, танец и, конечно, архитектура. Визуальные формы несут в себе сообщение, восприятие которого возможно только при непосредственном соприкосновении с визуальными артефактами. Характерная черта визуального сообщения состоит в способности за сравнительно короткий срок представить большое количество информации. Визуальный образ обладает емкостью, что дает больший информационный эффект от потребления визуального образа, чем от текстового высказывания. «Зрительный образ, – полагает Рудольф Арнхейм, – будучи биологически старше, конкретнее, способен воздействовать на более широкие массы людей: он обладает преимуществами перед другими средствами выражения; и в этом смысле слово слабее картины, а тем более кинофильма» [12, с. 173].

Визуальные факты имеют языковую направленность. В пользу данного тезиса высказывается и У. Эко. Он отмечает, что визуальные факты являются феноменами коммуникации (хотя и находятся вне языкового пространства), а значит, имеют знаковую природу. Следовательно, визуальные феномены могут быть рассмотрены с точки зрения семиотики и семиологии: «семиология рассматривает все явления культуры как знаковые системы, предполагая, что они таковыми и являются, будучи, таким образом, также феноменами коммуникации» [13, с. 33]. Таким образом, утверждается транслингвистическая теория визуального знака. Составление перечня кодифицированных образов должно осуществляться на уровне семантики. Визуальные теоретики полагают, что «не существует четко описанного концепта визуального знака, который не зависит от лингвистических моделей непосредственно и всецело» [14, с. 178]. Что представляет собой визуальный текст? Согласно визуальным теоретикам – сторонникам семиотического подхода, визуальный текст – это информационная система, объективно отраженная в окружающей действительности, включающая в себя сегменты-участки пространства, которые



воспринимаются оптически и подвергаются интерпретации наблюдающими субъектами. Например, во время движения по городскому пространству субъект воспринимает сегменты пространства посредством «считывания».

Визуальная семиотика рассматривает город в качестве застывшего «текста истории», который опредмечен в архитектурных постройках, различных материальных объектах, а также в структуре городского пространства. Взаимодействие наблюдателей с различного рода архитектурными постройками происходит в режиме социокультурного диалога. Территориально-предметные комплексы, составляющие в своей совокупности архитектуру городского ансамбля, насыщены смысловым содержанием и оформлены согласно законам визуального текста. Визуальная семиотика нацелена на теоретическое осмысление архитектуры в качестве знаковой системы, а также на раскрытие ее «коммуникативного аспекта». Визуально-коммуникативная архитектурная среда, с точки зрения семиотики, подчиняется законам архитектурной прагматики: делается акцент на отношении между знаком и интерпретатором. Архитектура городского пространства в своем ансамбле сочетает гетерогенные элементы социокультурного опыта, которые участвуют в организации жизненного топоса человека, перемещая его в различные визуальные горизонты. Архитектурные комплексы объектов читаются как текстовые образования, передающие идеологические, мнемонические и суггестивные сообщения. Таким образом, обитаемая среда представляет собой семиотическое пространство, обладающее многими значениями. Репрезентации культуры, закрепленные в архитектурных постройках, включают в себе опыт культурной идентичности. Визуальные объекты, которые участвуют в формировании самоощущения с общими пластами культуры, являются культурно-семиотическим трансфером.

Обратимся к городскому пространству. Его семиотику можно рассматривать в русле трех знаковых систем:

- 1) в качестве антропогенной среды;
- 2) как пространство объектов архитектуры;
- 3) как социокультурную коммуникацию.

Влияние органицистских концепций на исследования города привело к развитию представлений о собственной речи города (язык архитектуры), «системе органов» города (метрополитен как кровеносная сетка сосудов), «глазах» города (городские таблоиды, местные новостные каналы) [15]. Все это составляет почву для дискурса о символической, образной и знаковой наполненности городского пространства, вос-

производящего в своих формах прошлое, настоящее и будущее культуры. Город обладает единым устройством, которое включает в себя совокупность знаков, по сути являющаяся смыслопорождающей субстанцией. В таком случае город можно воспринимать как пространственный объект, который несет в себе тексты для потенциальных читателей – горожан.

Город находится в вечном самовоспроизведении: он порождает знаковые репрезентации, расширяя тем самым свое символическое поле, вследствие чего происходит смена материального окружения. Знаки, наводняющие символическое поле, являются оттисками восприятия и понимания субъектом реальности и смыслового поля, которое его окружает. В знаково-образном пространстве происходит процесс очерчивания границ, позволяющих различать пространство Другого, которое является общественным пространством, а также пространство, маркируемое как пространство индивидуальное. Образы, знаки, символы – не пассивная форма отражения действительности, они выступают активными агентами социального поля, участвующими в создании и организации новых сред и миров. Мысль о том, что город состоит из искусственно созданных объектов, присуща конструктивистской теории. Городское пространство согласно данному подходу представляет собой идеальный социокультурный проект, где нет реальности, которая была бы отделена от наблюдателя. В конструктивистской парадигме человек является интерпретирующим существом, которое конструирует актом интерпретации реальность, контексты реальности и социум, пребывающий в постоянной динамике. Город необходимо рассматривать как поле действия повседневных коммуникативных практик горожан, которые через постоянное стремление к действию вырабатывают общие ценностно-смысловые ориентации. Городское пространство видится резервуаром, где происходит постоянная выработка значений и смыслов предметов, артефактов, действий и функций субъектов и объектов. Все это составляет общий облик города. Городское пространство – это форма социального конструирования, преобразовывающая территорию среды обитания и образа жизни, в которых воплощены идеальные образцы мироустройства. Градостроители являются создателями метафоры определенного пространственного устройства.

Таким образом, вышесказанное позволяет назвать следующие принципы визуальной семиотики относительно пространства города:

- 1) визуальные факты имеют языковую направленность. Данный вывод может быть сделан



на основании следующего аргумента: поскольку визуальные факты являются феноменами коммуникации, то, следовательно, обладают знаковой природой. Это означает, что они могут быть рассмотрены в русле визуальной семиотики. Таким образом, утверждается транслингвистическая теория визуального знака;

2) методологические принципы перенесены с аналитики языковых явлений на визуальные. Визуальная семиотика оперирует методологическим и теоретическим аппаратом общей семиотики, используя язык описания, который может быть применен к любой форме знака, в том числе и иконической;

3) порождение текстов о визуальном городском пространстве происходит благодаря процессу семиозиса. Активно воспринимая визуальный текст, субъект создает новые тексты-интерпретации города и его образных структур;

4) чтение визуального текста города общением наблюдателей происходит посредством различного рода повседневных практик, осуществляя которые, субъект производит операции присвоения и персонализации окружающего пространства. Тем самым он осуществляет становление телесного знания об окружающей реальности, внутри которой он существует;

5) специфической чертой визуального сообщения является емкость: сообщение способно за сравнительно короткий срок представить большее количество информации. Так как визуальное сообщение обладает емкостью, это дает больший информационный эффект от потребления визуального образа, нежели словесное сообщение.

Список литературы

1. *Мирзоев Н.* Как смотреть на мир. М. : Ad marginem, 2019. 344 с.
2. *Штомпка П.* Визуальная социология. Фотография как метод исследования. М. : Логос, 2007. 200 с.
3. *Митчелл У. Дж. Т.* Иконология. Образ. Текст. Идеология. Екатеринбург : Кабинетный ученый, 2017. 240 с.
4. *Лотман Ю. М.* Семиосфера. Внутри мыслящих миров. СПб. : Искусство, 2000. 704 с.
5. *Эко У.* О членениях кинематографического кода // Структура фильма. Некоторые проблемы анализа произведений экрана. М. : Радуга, 1985. С. 79–101.
6. *Аванесов С. С.* Визуальная семиотика города : перспектива исследования городских текстов // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 4. С. 9–22.
7. *Соссюр Ф. де.* Заметки по общей лингвистике. М. : Прогресс, 1990. 280 с.
8. *Пирс Ч. С.* Избранные философские произведения. М. : Логос, 2000. 412 с.
9. *Барт Р.* Мифологии. М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 314 с.
10. *Лотман Ю. М.* Семиотика культуры и понятие текста // Труды по знаковым системам. 1981. № 9. С. 7–26.
11. *Аванесов С. С.* Что можно назвать визуальной семиотикой? // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2014. № 1. С. 10–22.
12. *Арнхейм Р.* Кино как искусство. М. : Изд-во иностр. литературы, 1960. 173 с.
13. *Эко У.* Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб. : Петрополис, 1998. 432 с.
14. *Элкис Дж.* Исследуя визуальный мир. Вильнюс : ЕГУ, 2010. 534 с.
15. *Сафронова А. В.* Город – живой организм // Вестн. Иркут. гос. техн. ун-та, 2011. № 12. С. 148–152.

Образец для цитирования:

Курохтина С. Р. Визуальное пространство города: семиотический подход // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Психология. Педагогика. 2020. Т. 20, вып. 4. С. 364–368. DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-4-364-368>

The Visual Space of a City: A Semiotic Approach

S. R. Kurokhtina

Sofia R. Kurokhtina, <https://orcid.org/0000-0002-8307-3648>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, sofic1994@mail.ru

The article deals with the problem of visibility in the context of space from the point of view of visual semiotics. The choice of the problem determined the methodology, which is based on a semiotic approach. Visual semiotics uses induction as the main tool: analyzing individual elements of space, i.e. signs, it moves to the generalization of the results at the level of semiotics as a whole. The author believes that visual images captured in various architectural structures play an important role in shaping the social structure, the space of everyday communication, and the interaction practices of observing subjects. The purpose of the article is to

characterize the basic principles of visual semiotics which reflect the theoretical understanding of urban architecture as a sign system. It is established that the main theoretical principles of visual semiotics in relation to space consist in the following provisions: first, visual artifacts which flood the city space are facts of communication, since they have a linguistic orientation and are perceived as signs. Secondly, the main property for a visual message is capacity – in a short period of time, the subject is able to perceive a much larger amount of information than from the text. And third, it is established that reading and generating new interpretations of urban space occur through everyday practices, during which the surrounding visual space is appropriated and personalized.

Keywords: visibility, image, architectonics, urban space, visual research, visual message.

Received: 23.04.2020 / Accepted: 02.07.2020 / Published: 30.11.2020

This is an open access article distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)



References

1. Mirzoeff N. *How to see the world*. New York, Basic Books, 2016. 352 p. (Russ. ed.: Mirzoev N. *Kak smotret na mir*. Moscow, Ad marginem Publ., 2019. 344 p.).
2. Sztompka P. *Socjologia wizualna: fotografia jako metoda badawcza*. Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005. 149 p. (Russ. ed.: Shtompka P. *Vizualnaya sotsyologiya. Fotografiya kak metod issledovaniya*. Moscow, Logos Publ., 2007. 200 p.).
3. Mitchell W. J. T. *Iconology. Image. Text. Ideology*. Chicago and London, University of Chicago Press, 1987. 226 p. (Russ. ed.: Mitchell U. Dzh. T. *Ikonologiya. Obraz. Tekst. Ideologiya*. Ekaterinburg, Kabinetnyy ucheniy Publ., 2017. 240 p.).
4. Lotman Yu. M. *Semiosfera. Vnutri myslyashchikh mirov* [Inside the thinking worlds]. St. Petersburg, Iskusstvo Publ., 2000. 704 p. (in Russian).
5. Eco U. *Articulations of the Cinematic Code, Movies and Methods*. Berkeley, University of California Press, 1976, pp. 590–607 (Russ. ed.: Eco U. O chleneniyakh kinematograficheskogo koda. In: *Stroenie filma. Nekotorye problemy analiza proizvedeniy ekrana*). Moscow, Raduga Publ., 1985, pp. 79–101).
6. Avanesov S. S. *Vizual semiotics of the city: perspective of the study of urban texts*. *Praksema. Problemy vizualnoy semiotiki* [Praxema. Problems of Visual Semiotics], 2016, no. 4, pp. 9–22 (in Russian).
7. Saussure F. de. *Cours de linguistique*. Paris, Editions Payot and Revages, 2016. 426 p. (Russ. ed.: Sossyur F. de. *Zametki po obshchey lingvistike*. Moscow, Progress Publ., 1990. 280 p.).
8. Pers Ch. S. *Izbrannye filosofskie proizvedeniya* [Principles of Philosophy]. Moscow, Logos Publ., 2000. 412 p. (in Russian).
9. Bartes R. *Mythologies*. Paris, Éditions du Seuil, 1957. 191 p. (Russ. ed.: Bart R. *Mifologii*. Moscow, Izdatelstvo im. Sabashnikovykh, 1996. 314 p.).
10. Lotman Yu. M. Semiotics of culture and the concept of text. *Trudy po znakovym sistemam* [Works on Sign Systems], 1981, no. 9, pp. 7–26 (in Russian).
11. Avanesov S. S. What can be called visual semiotics? *Praksema. Problemy vizualnoy semiotiki* [Praxema. Problems of Visual Semiotics], 2014, no. 1, pp. 10–22 (in Russian).
12. Arnheim R. *Film as art*. Berkeley, University of California Press, 1957. 238 p. (Russ. ed.: Arnkheim R. *Kino kak iskusstvo*. Moscow, Izdatelstvo inostrannoi literatury, 1960. 173 p.).
13. Eco U. *La struttura assente*. Milano, T. Bompiani, 1980. 425 p. (Russ. ed.: Eco U. *Otsutstvuyushchaya struktura*. St. Petersburg, Petropolis Publ., 1998. 432 p.).
14. Elkins J. *The Visual Worlds: A Collection of Writing by James Elkins*. Oxford, Oxford University Press, 1972. 491 p. (Russ. ed.: Elkins Dzh. *Issleduya vizualnyy mir*. Vilnyus, EGU Publ., 2010. 534 p.).
15. Safonova A. V. The city is a living organism. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta* [The Bulletin of Irkutsk State Technical University], 2011, no.12, pp. 148–152 (in Russian).

Cite this article as:

Kurokhtina S. R. The Visual Space of a City: A Semiotic Approach. *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogy*, 2020, vol. 20, iss. 4, pp. 364–368 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1819-7671-2020-20-4-364-368>
