

ОБРАЗ И НАРРАТИВ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В ЦИВИЛИЗАЦИИ ОБРАЗА

Коновалова Н.В.

В статье рассматривается специфика изучения образа, медиаобраза и нарратива в их взаимодействии в видеоцивилизации, анализируются телепередачи с помощью моделей тройственной картины мира, трельяжа и визуальных инстанции.

Ключевые слова: нарратив, наррадика, образ, медиаобраз, цивилизация образа.

Исторический путь изучения понятия «образ» длинный и интересный. Исследование образа тесно связано со становлением психологии. В античности изучением образа занимались крупнейшие философы – Платон и Аристотель. Платон под образом понимал копию копии существующих а priori идей, которая находится вне души. В жизни человека образы могут играть как положительную, так и отрицательную роль: в положительном смысле они помогают сохранить опыт, в отрицательном – способствуют подмене реальности иллюзией, заставляя принимать копию за оригинал. По мнению Аристотеля, источником образа является не идеальный, а материальный мир, точнее, сенсорные данные о нем. «Ум и чувственность воспринимает образы без материи. Но при этом органы чувств все же подвержены материальному воздействию воспринимаемых объектов... Причина здесь в том, что чувственные образы есть «материальные смыслы» и существуют и воспринимаются вместе с определенным движением материи...» [1]. Образы рождаются во внутреннем мире человека и служат посредниками между чувствами и разумом. Главной является связь между внутренним миром сознания и внешним миром материальных объектов.

В средние века образ рассматривается как копия, отражение «истинного» источника смысла – божественного идеала, недоступного человеку. Р. Сент-Викторский описывает образы как некий психический «покров», необходимый для того, чтобы «одеть» рациональные идеи и тем самым вывести их за пределы внутреннего мира, сделав понятными другим. В Новое время образ понимался двояко [2]. С одной стороны, Д. Юм и др. психологи отмечали, что образ – копия пережитого, впечатление, спрятанное в недрах сознания. Основной задачей образа является связь человеческого существования с реальностью [5, 13]. Юм выделяет психический

образ – все, что может познать человек, и в отличие от античных философов отмечает, что образ лишается какого-либо идеального или материального источника и выступает как функция подмены реальности субъективного мира. С другой стороны, Дж. Бруно под образом понимает изначальную творческую силу, действующую внутри человеческой природы. Образ является продуктом воображения [13].

К моменту становления психологии как самостоятельной науки анализ образа формируется с позиции двух разных направлений: с одной стороны, образ как источник мира идей – пассивная копия объектов внешнего мира, связывающая человека с реальностью, а с другой – образ является активным творческим началом, порождающим сознание и дающим возможность познания действительности.

В XIX в. образ исследовался в рамках структурализма. Э.Б. Титченер рассматривал образ как элемент идеи, отражая переживания, которые не связаны с текущим моментом. Образы обладают четырьмя основными признаками: качеством, интенсивностью, длительностью, отчетливостью. По мнению Э.Б. Титченера, образы являются элементами сознания наряду с ощущениями и эмоциональными состояниями. Наиболее полное научное исследование образа можно провести методом психоанализа [17].

Исследуя природу бессознательного и его роль в психическом развитии, З. Фрейд анализирует психические образы, рассматривает их как воспроизведение в сознании инстинктов и влечений. Психические образы в его понимании связывают человека не с объективной реальностью, а с внутренним миром, отражая его подводные течения и коллизии. Именно образам З. Фрейд отводит роль репрезентаторов патологических зон в личностной сфере. Исследованию подвергаются «впечатления», «переживания», «мысли» и т.д. Однако рядоположенность понятия «образ»

анализируемого феноменам, а внутренней реальности имеет теоретические и практические основания. З. Фрейд помещает образы между двумя отдельными психическими системами – сознательного и бессознательного, тем самым продолжая идею «образ – мост между двумя парами противоположностей», традиционную для западной философской мысли. Однако функцию образа Фрейд видит иначе: в психоанализе образ предстает как транслятор искаженных реалий действительности, представленных во внутреннем (бессознательном) мире человека [14].

Образ становится одной из центральных фигур в исследованиях К.Г. Юнга [18]. Развивая основные теоретические положения психоанализа, Юнг находит радикально новый подход к проблеме образа, представляя их в качестве первичных активных феноменов душевной жизни. По мнению Юнга, способность психики создавать образы дает человеку возможность переживать реальность, поскольку «мы непосредственно живем исключительно в мире образов». Образы у Юнга – не просто репрезентация, а феномен, выполняющий активную созидательную функцию. Он наделяет образы функцией осознания личного опыта, связывая тем самым воедино сферу сознательного и бессознательного. Образы «появляются из темной психической подпочвы и тем самым сообщают о процессах, происходящих в бессознательном». Образ у Юнга, является тем материалом, который наполняет архетипические схемы и переводит их из бессознательной сферы в пространство сознания. Основная функция образа – преобразование психической энергии, повышение ее качества [19].

В середине XX в. возникает новое направление психологической науки – когнитивизм, предметом которого становится организация и функционирование внутренних мыслительных процессов (процесс переработки информации). Рассматриваемая в рамках проблемы хранения и воспроизведения информации категория образа получает новое теоретическое осмысление.

Современные исследователи образ представляют не как переход от бессознательного к сознательному или как характеристику переработки информации, а как продукт средств массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации создают образ, основой которого являются не мыслительные процессы или ассоциации, а технические средства. Другими словами, образ средств массовой коммуникации носит электромагнитный характер. Наиболее известной теорией медиаобраза является концепция М. Маклюэна [9], рассматривающая образ через призму технических средств. Телеобраз предлагает получателю около трех миллионов точек в секунду. Из них он принимает каждое мгновение лишь несколько

десятков, из которых складывается образ. Человеку приходится прилагать большие усилия, чтобы сформировать свое впечатление, он склонен воспринимать образ целиком. Телеобраз, создаваемый телевидением, представляет собой мозаичную смесь светлых и черных пятен. М. Маклюэн утверждает, что телеобраз лишен трехмерности, т.к. представляет собой плоскую двухмерную мозаику. Иллюзия трехмерности – по большей части перенос на телеэкран привычного видения фотографии или кинофильма. М. Маклюэн рассматривает телеобраз как двухмерную модель, которая передается с помощью технических средств и воспринимается человеком как мозаика разрозненных образов.

Зарубежная психология медиаобраз рассматривает и как техническое изображение, и как семиотику образа. П. Вирилио, Г. Гросклаус, З. Краусберг и др. [11, 20] рассматривают медиаобраз как техническое изображение, отмечая, что технические изображения изменили процесс восприятия. До эпохи средств массовой коммуникации восприятие определялось принципом близости, продуктом восприятия были артефакты вещей. Средства массовой коммуникации принцип близости заменили принципом дистанции, указывая зрителям на знаковый характер изображения. Технические изображения отображают не саму сущность вещей, а знаки и символы, которыми наполнен образ.

Медиаобраз как семиотика рассматривается через концепции анализа кинофильма и соединения кинофильма с текстом (Ю.М. Лотман, Дж. Монако, Дж. Бергер, К. Мец и др.) [5, 12, 13]. Многие исследователи рассматривают медиаобраз как информацию, которая передается по слуховому, зрительному и психомоторному (движения на экране) каналам. Личность использует, одинаковы по своей сути образы, но различные способы интерпретации кинофильма, телепередачи или текста. Способом интерпретации выступает не толкование или понимание сюжета, идеи, текста, а правильность считывания теле- и визуального кода. Кинематографические и телевизионные коды включают и жанр, и операторскую работу (крупный план, движение камеры, ракурс, композиция), и монтаж (способы монтажных склеек, темп, ритм), и саундтрек, и просто способ рассказа истории. Например, съемка с плеча, на бегу, «некомфортный» кадр является кодом документальности и употребляется сознательно как формальный прием, особенно если есть возможность использовать стедикам – устройство, которое крепится оператором для стабилизации камеры при движении. К. Мец [12] добавил к кинематографическим кодам код авторского стиля и ввел понятие «под-код» (определенный выбор в рамках кода, например, мелодрама в рамках жанрового кода). К. Пирс [20] называл знаки в не

смонтированной визуальной среде индексами (а не иконами). Он хотел подчеркнуть, что означаемое на пленке не просто напоминает означающее, а является его воспроизведением, последствием и определяется средой, каналом передачи информации. Однако многие семиотики считают, что аудиовизуальные знаки все-таки иконы, а не индексы, ведь они очень похожи на то, что означают, а эмоционально, и семантически воздействуют на зрителя сами по себе, без дополнительных культурных коннотаций, без работы воображения.

В отечественной психологии, в частности медиапсихологии, медиаобраз понимается как коммуникация, т.е. результат общения с аудиторией или как производная процесса восприятия. Л.В. Матвеева и ее ученики [9, 10] рассматривают медиаобраз через призму телевизионного общения и через образ телепередачи, ведущего. По мнению Л.В. Матвеевой, образ телепередачи включен в целостный образ мира, представляет собой результат социального конструирования реальности и понимается как сочетание установок аудитории, прошлого коммуникативного опыта зрителей, культурных и нормативных ценностей и индивидуальных особенностей восприятия. В.А. Аникеева выделяет идеальный и реальный образ телепередачи. Образ «идеальной передачи» – какой ее хотели бы видеть зрители и стремились создать авторы, а образ «реальной программы» – восприятие авторами и зрителями уже идущих в эфире телепрограмм. Образ ведущего оценивается эмоциональным откликом зрителей по следующим параметрам: внешний облик, речь, владение материалом и вниманием аудитории [9].

Медиаобраз как производный процесса восприятия рассматривает Е. Заяц [7], по мнению которой медиаобраз несет в себе некий имманентный пласт коммуникации, основанной не на интерактивности и действии, а на уровне воспоминания. Просматривая в режиме зеппинга каналы, мы в каждый момент времени включены в систему узнавания нам показываемого, вырывая минуты из середины программы, фильма, сериала, натываясь на титры и рекламу. В каждый момент неприятельного просмотра телеобраз попадает в режим его соотношения с пластом других похожих. В каждый момент нашего узнавания включен процесс припоминания уже виденного. Таким образом, медиаобраз рассматривает как продукт средств массовой коммуникации, техническое изображение, как коммуникация и как производное от процесса восприятия.

В научных работах по психологии, лингвистике и психотерапии понятие «нарратив» рассмотрено как способ самовыражения личности, репрезентации модусов прошлого, настоящего и будущего, или как наррадиigma. Несмотря на множество

подходов к пониманию нарратива, нет его четкого и однозначного определения. В.А. Шкуратов [14] под нарративом понимает культурно-исторический канал, данный человеку для самовыражения. Данное определение позволяет выделить следующие функции нарратива:

- общечеловеческая универсальность, например прямохождение и речь человека, присущие человеку с раннего возраста;
- общедоступность: писателю требуется бумага и ручка для создания художественного произведения;
- произвольность: человек учится писать стихи, рассказы спонтанно, произвольно, «когда приходит вдохновение»;
- полиморфность и гибкость, способность видоизменяться от беллетристики до высокого искусства;
- синкретизм разнообразных составляющих: слова, буквы, прямая речь, изображения.

Нарративы – формы, внутренне присущие нашим способам структурирования, восприятия мира, упорядочивания опыта.

В психотерапии нарратив понимается как рассказ клиента о событиях жизни; тематическая сюжетная линия, охватывающая жизненный путь человека, или представление реальных и вымышленных событий во временном следовании. К. Лабов и П. Валецки под нарративом понимают один из способов репрезентации прошлого опыта при помощи последовательности упорядоченных предложений, которые передают временную последовательность события посредством этой упорядоченности. Они выделяют следующие компоненты нарратива [2].

Ориентация-писание места, времени действия, текущих событий, персонажей и действий, осуществляемых ими. Ориентация-место создает фон для описания событий, упоминаемых в кульминационных или конфликтных ситуациях;

Конфликт – ядро рассказываемой истории. Противоречие – возникновение препятствий, интересного события, необычных, странных, непонятных действий участников;

Оценка-выражение авторского отношения, мнения и эмоций, относительно описываемых действий и событий;

Размышление или развязка: за осложнением ситуации в рассказе, как правило, следует сцена, которую можно определить как развязку, т.е. Разрешение конфликта или затруднения, создаваемого этим противоречием. Проблема или осложнение может иметь как психологическую, так и физическую природу. Действия при решении конфликта направлены на нормализацию течения жизни героев и сюжетной линии произведения в целом;

Кода или заключение повествования и возвращение в ситуацию «здесь и теперь», из повествования делаются выводы. Иными словами, заключение можно расценивать как наставление, мораль или совет, которые автор предлагает читателю сделать самостоятельно.

По-мнению К. Лабова и П. Валецки, все компоненты нарратива в произведении редко встречаются.

У. Квастхоф считает недостатком такого деления соотношение выделенных компонентов с разными сторонами нарратива, например, ориентировочный и оценочный компоненты относятся к прагматическому аспекту, а конфликт, разрешение – к семантическому. Данное разделение предполагает замену компонентов «конфликт» и «разрешение» критерием «неожиданность», когда запланированный ход событий нарушается непредвиденными обстоятельствами и требует введения незапланированных действий [2, 6].

Нарратив можно представить как специфическую форму дискурса. Термин «дискурс» является центральным понятием в постмодернистской философии, базирующимся на представлениях о языке как основном средстве конструирования реальности, в частности – реальности личного опыта человека. Главная проблема постмодернистской философии заключалась в соотношении мышления и вещественного мира, акцентировав внимание на проблеме языка, языковой симантики сознания. Если мир рассматривать только через призму его осознания, то он будет восприниматься только через призму культуры и письменности. Постструктуралисты самопознание личности сводят к сумме текстов, к той массе текстов различного характера, которая, по их мнению, и составляет мир культуры. Д. Деррид отмечает, что ничего не существует вне текста. Личность находится как внутри текста, так и внутри исторического сознания, что позволяет определить границы интертекстуальности [1].

В.А. Шкуратов вводит понятие «наррадиigma», означающее формирование гуманитарного знания от возникновения источника в виде текста, личности, произведения искусства, культурной эпохи и т.п., до признания непогрешимости, его рефлексии, которые входят в парадигмальное знание. Наррадиigma отражает сюжетный материал, зафиксированный в качестве образца, и формирует отношение к нему на различных этапах его существования в реальности. Наррадиigma представляет собой двухсторонний факт. С одной стороны, автор от делитанских попыток переходит к совершенным произведениям, с другой стороны, он должен пройти социальное одобрение [14].

Наррадиigma состоит из нескольких стадий: апокриф, канонизация, стадия гуманизации, стадия гуманитаризации и человекознания.

Первая стадия наррадиigma характеризуется набором текстов и фактов, не вошедших в общий свод общепринятых источников, например черновики произведения, не отвечающие критериям общепризнанного мастерства, или факты, противоречащие общественным нормам. Специфика второй стадии наррадиigma заключается в закреплении строго определенных фактов и текстов. Эта стадия характеризуется как созданием новых норм, так и их включением в систему общепринятых норм. На этой стадии появляются источники, которые конструируют канонический образ, где исключаются личность автора, биографические данные, не соответствующие идеалу, произведения, не вписывающиеся в общепринятый стандарт. Фаза гуманизма, наоборот, характеризуется включенностью личности в и произведение, разрушением статического образа созданного на стадии канонизации. Особенность фазы гуманизации заключается в своеобразной беседе с автором. Эта беседа раскрывает понимание, особенности, факты, детали того, что было вычеркнуто классическими анналами. Фаза гуманитаризации характеризуется появлением критического отношения к тексту, собирая факты, способы, методы, при помощи которых автор добивается результата. Человековедческая фаза выпадает из наррадиigmального цикла, т.к. исследования текста подвергается классическим канонам, которые удерживаются доминирующей парадигмой. Человековедение не предполагает эмоциональных откликов, только строгое научное исследование, например монографии, статьи и т.п. Наррадиigma в узком смысле означает трансформацию индивидуального опыта в социальные каноны (нормы, стереотипы).

Таким образом, нарратив можно определить как способ организации опыта личности в упорядоченную последовательность, построение картины мира.

В современных средствах коммуникации сложно выделить, где представлен медиаобраз, а где – нарратив. Анализ телепередач соединяет в себе медиаобраз и нарратив. В.А. Шкуратов в книге «Искусство экономной смерти» предлагает три модели анализа телепередач. Первая модель представленная небесным верхом, водно-земный низ и то, что посредине – земля, сообщество людей [15]. Тройственное вертикальное разделение присутствует во многих передачах, и не менее отчетливо в литературном произведении. Небесный верх отмечен высшей ценностью совершенства, поскольку является чертогом Бога; туда допускаются самые благие души. Нижний подземно-водный мир – это преисподняя; там кишат гады, чудовища, демоны, царит зол под предводительством Сатаны истязают грешников. Средний мир людей отличается неопределенностью, аксеологический «плюс» и «минус» сбалансированы

во взаимодействии и как бы нейтрализованы, только после смерти человеку дается высшая оценка. Аксиология масс-медиа, по мнению В.А. Шкуратова имеется, но ее привязанность к этому делению мира не так однозначна. В.А. Шкуратов приводит примеры по каждому делению. Небесный мир представлен в новостях цепью трагических авиакатастроф летом 2006 года, подземно-водный мир – наводнениями в августе 2006 г., а срединный – дракой фанатов на матче сборной России и Японии.

Второй моделью анализа программ является трельяж, помогающий выстраивать конструкцию «верх–середина–низ», в которой наиболее ярко высвечивается верх, низ или середина. В.А. Шкуратов отмечает, что трельяж – медийный способ образования ситуативных и глобальных картин, раскрывающий медийную динамику освещения события. В модели трельяжа для освящения события используются литературные жанры. К медийным жанрам можно отнести триллер, мелодраму, комедию, боевик или экшн. Например, взрыв автобуса в Тольятти в новостных передачах представлен в жанре мелодрамы, пожар в Калифорнии – экшн, беспорядки в Грузии – боевик. В модели трельяжа исследуются те события, которые «взорвали» сетку вещания, носящего катастрофический характер. В данной форме анализа метрика видимого мира смята и отодвинута на второй план. Информация в триллере география – культура – геополитика настолько систематизированы, что почти отменяются или становятся условными. Фэнтэзи обходится без привязки к реальности.

Последняя модель анализа передачи – визуальные инстанции, представляющая собой систему «зрелище – репрезентация – зритель». Видимый мир состоит из однонаправленных устойчивых цепочек посланий. Медиаряд только отвлекает человека от визуального восприятия события в целостном объеме. Искусственное зрелище вытесняет правдивый взгляд на природу вещей и вписывает человека в виртуальный мир. В технологическом конструировании человек представляется как материя информационно-образного производства. В.А. Шкуратов предлагает структуру видеоинстанции, где человек занимает различное положение при конструировании медиасобытия.

«Человек-зрелище» является первым элементом в структуре визуальной инстанции, выполняя роль визуального схематизма. В медиакommunikации человек-зрелище – это тот, кем и на ком начинается и обрывается цепочка медиаряда. В данном компоненте цепочка представления события может прерываться, т.к. человек не может показать то, что видит, не скажет об этом, где камера фиксирует его гибель, бездыханное тело или шоковое состояние, поэтому он исключается из медиаряда. Например,

в новостях сообщают о пожаре в ночном клубе, где погибло 10 человек. Новостной ролик начинается с выноса тел погибших в черных целлофановых пакетах из сгоревшего здания. За кадром рассказывают, как начался пожар, сколько времени его тушили, о количестве пожарных расчетов и т.д., затем дали слово свидетелям происшествия. Ролик заканчивают показом черных целлофановых мешков с телами погибших и называют их цифру.

Второй элемент структуры визуальной инстанции – «зритель-участник», т.е. тот, кто видит человека-зрелище, или что-то делает с ним. Зритель-участник может выступать как спасатель или как преследуемый человека-зрелище. В данной структуре зритель-участник может давать интервью, при этом выступая материалом для зрелища и теряя автономность. Например, сотрудники МЧС спасли олененка от издевательств хозяина и до прибытия ветеринарной службы оказали ему первую помощь. У бригадира отряда взяли интервью, в котором он подробно рассказал о ходе операции по спасению. Бригадир отряда МЧС является зрителем-участником.

«Зритель-транслятор» – третий элемент видеоинстанции. Он – ключевой момент конструирования медиасобытия. Его видение опосредовано объективом камеры. Он отделяет зрелище от действенного контекста, транслирует его, например, это любой репортер, передающий репортаж с места события.

«Зритель-координатор» – человек, который вносит сообщение в информационный выпуск. Он соединяет отдельные картинки в информационное полотно дня, месяца и т.д., руководствуясь неким представлением о ходе события или информационными рейтингами. В этом элементе видеоинстанции объединены два аспекта: первый – нарративный, а второй – визуальный. Их сочетание зависит от различных обстоятельств.

«Зритель-критик» – функцию критика может выполнять любой человек – журналист, корреспондент, ведущий и т.д. Медиакритик выставляет оценки тем, кто участвует в конструировании медиареальности, осмысливая медиасобытие комментаторскими, аналитическими, повествовательно-художественными способами.

Последний компонент визуальной инстанции – «зритель-зритель» т.е. аудитория.

Таким образом, рассматривая специфику изучения образа, медиаобраза и нарратива в их взаимодействии в видеоцивилизации, проанализированы телепередачи с помощью моделей тройственной картины мира, трельяжа и визуальных инстанции. Каждая модель анализа новостей в той или иной степени отражает соотношения визуального и письменного мира. На наш взгляд, наиболее полно отражают такое отношение модели трельяжа и визуальный

инстанций. Трельяж сочетает литературную аксиологию и способы представления визуальности зрителю, визуальные инстанции – расчленяют визуальный мир на элементы, которые при сложении дают образ медийной картины мира.

ЛИТЕРАТУРА

1. Адо П. Что такое античная философия? – М., 1999.
2. Барт Р. S/Z. – М.: Эдиториал УРСС, 2001.
3. Гостев А.А. Образная сфера человека. – М., 1992.
4. Гостев А.В. Проблема человеческого мышления в трактате Аристотеля «О душе» // Вопросы философии. – 1997. – № 12. – С. 73-95.
5. Ждан А.В. История психологии от Античности до наших дней. – М., 1999.
6. Завалова Н.Д., Ломов Б.Ф., Пономаренко В.А. Образ в системе психической регуляции деятельности. – М., 1986.
7. Заяц Е. Реалити-шоу и Интернет: способы репрезентации vs. способы присутствия // <http://www.ruhr-uni-bochum.de/russ-yb/library/texts/ru>
8. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека. – М.: Жуковский, 2003.
9. Матвеева Л.В., Аникеева Т.Я. Психология телевизионной коммуникации. – 2000.
10. Матвеева Л.В., Шкопоров Н.Б. Связь с аудиторией в телевидении. – М., 1990.
11. Петровский А.В., Ярошевский М.Г. История психологии. – М., 1994.
12. Семиотика в ТВ и кинематографе // <http://www.semiotika.com.ru>
13. Фрейд З. Психология бессознательного. – М., 1989.
14. Шкуратов В.А. «Рассказывать и нормальность» // Экзистенциальная традиция: философия, психология, психотерапия. – 2003. – № 1.
15. Шкуратов В.А. Искусство экономной смерти. – Ростов-на-Дону: Наррадигма, 2006.
16. Шульц Д., Шульц С. История современной психологии. – СПб., 2002.
17. Юнг К.Г. Алхимия снов. – СПб., 1997.
18. Юнг К.Г. Проблемы души нашего времени. – М., 1994.
19. Этика СМИ. – М.: «КноРус», 2003.