

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ИЗУЧЕНИЯ КИНОКОММУНИКАЦИИ**

**Позднякова О.А.,**

**Научный руководитель канд. филос. наук Тарасова М.В.**

*Сибирский федеральный университет*

Кино сегодня становится главным транслятором актуальных сюжетов, мотивов, тем, соединяя в себе особенности других типов искусств. Кино занимает доминирующее положение как форма проведения досуга. Человек знакомится с реальностью, окружающим миром, узнает о морали, ценностях, идеалах, различных аспектах жизни с помощью культуры, в частности, через тексты кино. Необходимо изучать природу кинокоммуникации, чтобы понять, кто является автором в кинематографе, то есть, кто является создателем смыслов, которые затем считываются зрителями; как зритель вступает во взаимодействие с произведением киноискусства, в какой мере кинематограф оказывает воздействие.

Исследования проблем коммуникации являются сегодня междисциплинарными. Проблемы построения модели адекватной коммуникации, различия в языковых системах, изучение сущности коммуникации являются предметом философии, культурологии, семиотики, лингвистики, философии культуры, искусствознания и других гуманитарных дисциплин. Прежде чем рассматривать художественную и кинокоммуникацию, необходимо понять, как осуществляется традиционная коммуникация.

В основе понятия «коммуникация» лежит латинская традиция, но термин в современном значении стал употребляться в конце девятнадцатого века. Под коммуникацией понимают механизм существования и развития человеческих отношений, в котором участвуют символы, передаваемые в пространстве и времени. Коммуникация включает в себя не только вербальные символы, но и жесты, мимику, тон голоса, печать, железные дороги, телеграф, телефон – все то, что является последним достижением техники. Чаще всего коммуникацию трактуют в межличностном аспекте, но выделяют также и другие виды коммуникации.

Самая неразработанная из всех видов коммуникации – это интраперсональная коммуникация, то есть разговоры с самим собой, процессы обработки информации человеком. Многие исследователи приписывали такой коммуникации диалогическую природу (Дж. Мид, М.М. Бахтин, Ю. Лотман). Ю. Лотман предложил термин «автокоммуникация», которая осуществляется в структуре «я-я» и приводит к тому, что информация изменяется за счет добавления нового кода и влечет за собой трансформацию ее носителя.

Другой аспект коммуникации – взаимодействие человека с богом. В трудах экзистенциалистов (С. Кьеркегор, К. Ясперс) коммуникация рассматривается через познание окружающего мира и окружающих людей посредством общения. Человек не может постичь мир, испытывает при этом страхи и сомнения. Бытие может постигаться только через общение с богом, которое необходимо для утешения и преодоления страха. В рамках теорий постмодернизма коммуникация с богом рассматривается как единственная коммуникация, осуществляемая без посредника, то есть про бога нельзя сказать, что он – это я, он – это кто-то другой (Р. Жирар, Р. Гвардини).

В середине двадцатого века стали исследовать коммуникацию вещей (Ж. Бодрийяр). Была предпринята попытка описать коммуникативные функции цвета, одежды, функциональность и нефункциональность вещей.

Следующий тип коммуникации, который является наиболее актуальным для современных исследователей – межличностная коммуникация. Коммуникация чаще всего понимается как информационный процесс передачи от отправителя к получателю.

Классическая линейная модель, предложенная Лассвелом, состоит из пяти участников коммуникативного акта: источник информации, сообщение, канал передачи, приемник, конечная цель (последствия). Такой модели противостоит феноменология (Э. Гуссерль в частности), в рамках которой считалось, что коммуникация – это взаимное понимание, которое возможно на территории интеркультурного опыта.

Часто коммуникацию понимают как процесс общения между субъектами, которые предполагает не только обмен информацией, но и обмен смыслами, то есть субъективными интерпретациями. Основные представители: Л. Фейербах, К. Ясперс, Г. Марсель, М. Бахтин. Подлинная коммуникация, по их мнению, предполагает восприятие другого как самодостаточную личность.

Коммуникация также рассматривается как способ достижения понимания. Коммуникация обеспечивает жизненный мир, внутри которого люди могут выстраивать отношения. Смысл сказанного формируется в процессе коммуникации. Так считали К. Ясперс и Ю. Хабермас.

Коммуникация как знаковая система рассматривается в контексте семиотики (Ч. Пирс, Р. Якобсон, Р. Барт, К. Метц, Ю. Лотман, А.М. Пятигорский и другие). Для описания типов коммуникации выделяются знаки индексные, иконические, символические; вербальные знаки и изображения разграничиваются. Кроме этого, семиотики считают, что слово не имеет значения, оно его получает в контекстном тексте, тем самым каждое новое прочтение создает новый смысл.

В неклассических теориях все языковое пространство интерпретируется как коммуникативное. Исследователи (Ж. Бодрийяр, Ж. Делез, Ж. Деррида, М. Фуко) считали, что человеческое бытие может обрести определенность только в языковых структурах текста. В данных теориях весь мир рассматривается как текст, который возможно познать и прочесть. Текст – то, что можно понять и прочесть, он порождается другими текстами, существует только в восприятии и понимании. Р. Барт дал определение понятию «текст»: это знаковое образование, в котором пересекаются объективные значения и субъективные смыслы.

На современном этапе под коммуникацией понимают передачу и массовый обмен информацией с целью воздействия на общество или отдельные его компоненты. И здесь необходимо перейти к понятию «массовая коммуникация». Понятие было впервые сформулировано в тридцатых годах двадцатого века. Массовая коммуникация – один из видов коммуникации, состоящий в распространении информации в широком пространственно-временном диапазоне в расчете на массовую аудиторию. Существует множество трактовок коммуникации, но многие исследователи (Д. МакКвейл, Г. Лассвел, В. Шрам) сходятся в описании условий, необходимых для функционирования коммуникации: 1) наличие технических средств; 2) массовая аудитория; 3) многоканальность; 4) публичность.

Средства коммуникации оказывают влияние не только на общество, но и на характер и свойства сообщения (М. Маклюэн). Телевидение обусловило новый тип сознания, при котором человек вынужден воспринимать и усваивать мозаичность изображения. По мере того как цивилизация развивается, средства массовой коммуникации вытесняют друг друга – ученый выделял три эпохи (примитивная, индустриальная, технологическая), в рамках которых изменяются не только средства передачи, но и соотношение органов чувств, восприятие действительности, жизненный

стиль, ценности. Электронное общество за счет аудиовизуальных представлений о мире стремится к тому, чтобы стать «глобальной деревней».

Изучение возможностей художественной культуры предполагает привлечение достижений философии, лингвистики, семиотики, культурологии, искусствознания и т.д.

Проблемы коммуникации и языковых систем волновали исследователей на протяжении всей истории человечества. Платон писал о коммуникативных и воспитательных свойствах искусства через коммуникацию чувственного и сверхчувственного миров; Аристотель рассматривал психологические механизмы воздействия художника на зрителя. В Средние века проблемы языка и коммуникации раскрывались через тексты Священного Писания. Начиная с восемнадцатого века – исследовались в эстетических учениях И. Канта и Г.В.Ф. Гегеля. Гегель писал, что искусство обладает собственной спецификой и языком и выступает как объективизация абсолютной идеи, как реализация мирового духа: взаимоотношение идеального и материального раскрывает истину.

Предпринимаются попытки рассмотреть художественную коммуникацию как диалог культур: культуры и личности, культуры и общества (Дж. Мид, А. Ричарде).

Понимание коммуникации как процесса прочтения символических систем открыла путь к семантическому рассмотрению (Э. Кассирер, С. Лангер, А. Уайтхед). Ч. Пирс исследовал знаки, которые являются посредниками между объектом и субъектом. Ф. де Соссюр писал о культуре как вторичной моделирующей знаковой системе, которая построена по законам естественной системы – языка; отношения субъекта и объекта стали отношениями языка и речи.

Коммуникативные возможности искусства рассматриваются в трудах С.П. Батраковой, М.М. Бахтина, Ю.Б. Борева, А.Ф. Еремеева, Х. Зедльмайра, Ю.М. Лотмана, С.Х. Раппопорта, В.Е. Семенова, М. Хайдеггера.

Исследования субъектов коммуникативного действия развиваются в двух направлениях. Монологическое предполагает наличие одного субъекта: личность (М.М. Бахтин), общество, Абсолют (В.И. Жуковский).

Диалогические концепции искусства рассматриваются в трудах С.Х. Раппопорта, Ю.М. Лотмана, В.Е. Семенова, В.С. Библера, М.С. Кагана. Наиболее распространенными субъектами являются автор и зритель, произведение позволяет войти с автором в диалог. Бахтин считал, что диалог включает в себя суть произведения, механизм творчества, познания и бытия. В работах Ю.М. Лотмана «художественный диалог» между передающим и принимающим выделен как основной в системе творчества. Он отмечал, что для получения сообщения необходимо наличие посредника – языка. В диалоге участвует «идеальный реципиент», действия которого автор предлагает в произведении.

Возможна также коммуникация с эпохой создания произведения. Э. Панофски считал, что содержание художественного произведения определяется не индивидуальностью художника, а ментальностью эпохи, которую можно понять через анализ исторического контекста.

Кроме этого, проблемами понимания занимались Ю.Б. Боров, А.Я. Зись, М.П. Стафеецкая, И. Знеполски. Они описывали возможность социального взаимодействия через произведение искусства, которое позволяет найти понимание не только на вербальном уровне, но и на уровне смыслов, идей, эмоций.

Структуралисты тоже исследовали проблемы интерпретации и понимания произведения, то есть заключительный этап коммуникации. Чтобы понять произведение, необходимо его заново открыть, «воскресить или воссоздать» внутренним зрением – художественное произведение должно интерпретироваться профессионалом, коммуникация обеспечивает свойства произведения как живого

бытия. При этом коммуникация не столько воспроизводит изначальное (Э. Панофски), а творит заново значение, смысловые и символические формы (Х. Зельдмайер).

В теории изобразительного искусства В.И. Жуковского коммуникация зрителя и произведения рассматривается в аспекте взаимодействия конечного и бесконечного. Человеческое и Абсолютное начала встречаются в произведении и процесс восприятия человеком произведения запускает коммуникативный механизм. На этапе создания произведения осуществляется коммуникация между художником и материалом, а затем уже – коммуникация в процессе диалога со зрителем.

Актуальность изучения коммуникативных аспектов кинематографа обусловлена тем, что в современном мире большую значимость играет визуальное мышление как способ организации жизнедеятельности людей. Значение визуального мышления описано в исследованиях П.М. Якобсона, Л.С. Выготского, В.И. Жуковского, Д.В. Пивоварова, В.П.Зинченко, В.П.Мунипова и других. Понятие визуализации изучено в трудах антропологов (Я. Линцбах, М. Баттистини), иконологов, которые считают, что через визуальность художественной вещи просвечивается ее конкретная материальность, выраженное через нее мировоззрение. Визуальное формирует эталоны восприятия образов реальности.

Понимание кино как особого вида коммуникации свойственно информационной эстетике (М. Бензе, А. Моль, Х. Франк). Представители этого направления (Ю.М. Лотман) считают, что любой художественный элемент должен быть рассмотрен как коммуникация. Кино представляет собой особый язык, при помощи которого передается информация. Коммуникативные аспекты кино рассмотрены в трудах семиотиков и структуралистов (Ю. Лотман, Ю. Тынянов, В. Шкловский, Б. Эйхенбаум, С. Эйзенштейн, К. Метц, У. Эко, Ю. Кристева). С точки зрения этих ученых любой фильм можно рассматривать как текст, который несет информацию и смысл. Сообщение фильма раскладывается на меньшие части – знаки. При этом единицей коммуникации признается кадр, который является не только структурным элементом, но и обладает образным потенциалом. Он сопоставляется со словом в естественном языке (Ю.М. Лотман), а «план» с фразой (К. Метц). В процессе коммуникации адресанты (авторы фильма) передают наперед заданную информацию, которая перемешается к зрителю постоянным кодом.

Р. Барт, дополняя эту концепцию, писал, что кроме традиционных для семиотики отношений означаемого к означающему, существует некий третий, открытый смысл сообщения, эмоциональный. Ж. Делез, переходя к процессам понимания, изучал восприятие зрителя, которое проходит цепочку от знака (то, что он называл «индексом»), который содержится в фильме, к определенному содержанию собственного сознания (образы), провоцируемому знаком. Создатель фильма и зритель обладают общим набором образов, обмен которыми, то есть коммуникация, осуществляется при чтении кино. Делёз выделяет три основных типа образов-движений: образ-перцепция, образ-действие и образ-эмоция. Наличие и взаимодействие этих образов позволяет кинематографу вырабатывать собственные знаки, с помощью которых возникают возможности различных способов «чтения фильма».

С точки зрения психоаналитического подхода кино исследуют М. Мерло-Понти, Н. Хренов. Мерло-Понти пишет о создании новой психологии, которая применима и к кинематографу: в процессах восприятия невозможно разграничить чувственное восприятие и работу интеллекта, отделить физиологическое от психического, и внешне проявление от внутреннего состояния. Нельзя разделить кино на драматическую, литературную, музыкальную и визуальные составляющие и представить их сумму как

исчерпывающие объяснение феномена кино. Н.Хренов анализирует архетипическую сторону кинематографических текстов.

Изучение коммуникативных возможностей кино предполагает использование инструментария философии, лингвистики, семиотики, искусствознания, философии культуры и т.д. Несмотря на обширные достижения в этих областях, проблемы кинокоммуникации остаются неизученными. Традиционные концепции взаимодействия автора и зрителя в случае кино не описывают сущность коммуникации. Кинокоммуникация – это взаимодействие между зрителем и произведением киноискусства, и в дальнейшем необходимо понять, как произведение киноискусства формируется за счет коммуникации автора и художественного материала и затем вступает в коммуникацию со зрителем.