

## РОЛЬ ИМИТАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

**Предметом данной статьи является характеристика современной визуальной коммуникации и роли детализированного образа в процессе передачи информации.**

**Ключевые слова:** имитация, симулякр, коммуникация, деталь.

Атектоническая постмодернистская архитектура последних двух десятилетий, «нависающая» над уютным рельефом старого города, минималистский дизайн, всепроникающая рекламная продукция сменяют не только традиционный изобразительный, но и сравнительно новый фотографическо-кинематографический тип визуальности. Теперь перед массовым зрителем открыта широкая возможность воспроизводить саму действительность в изображении, перманентно повышая качество отпечатка, наращивать мегабайты электронной памяти, «копировать» жизнь во все большем количестве эпизодов и подробностей. В условиях переизбытка видеoinформации компьютерная память «страхует» человеческую, выступая своеобразным дубликатом реальной жизни.

Растет техническая изоциренность «картинки» на телеэкране, рекламном постере, щитовом баннере. Опираясь на возможности современного компьютера и в противовес условной стилизации традиционной рекламы, дизайнеры часто обращаются к возможности визуальной имитации облика продвигаемого продукта рекламного изображения.

Безупречная точность и выверенность становятся фетишем современного мира, трансформирующими образ всего обитаемого человеком пространства. Чисто технически это выражается, например, в наступлении эры телевидения высокой четкости или бесконечном повышении качества и цветовой насыщенности полиграфической продукции. Все последние технические новации базируются на бессознательном доверии к технике, обретшей способность быть двойником или дубликатом, заменой реальности. Виртуальный электронный образ-симулякр кажется таким действенным потому, что современный человек в силу разных объективных причин испытывает нехватку реальности.

Недостаток подлинности современный человек компенсирует за счет умножения образов бытия, создания максимально подробного, детального образа реальности. Подробный, почти

воспроизводящий фактуру поверхности объекта отпечаток становится самостоятельной вещью, презентующей саму себя, а не представляющую, замещающую какую-то другую. Подобная автономизация визуального изобразительного слоя и превращение его в основной носитель смысла визуального сообщения по своему воздействию может быть охарактеризована как суггестия, то есть способность привлекать внимание в силу исключительно убедительного изобразительного воздействия. С точки зрения М. Маклюэна [М. Маклюэн, 1964, 2003], те интенсивные подробности, которыми характеризуются современные визуальные ряды, являются знаком уже автоматической, а не более архаичной, машинной, то есть фотографической технологии.

Суть происходящих с визуальностью изменений может быть объяснена при помощи понятия «виртуальный». В этом случае лишается статуса референт образа, то есть реальная вещь, и первостепенным значением наделяется само изображение. Телеизображение в прямой трансляции есть пример виртуального образа, вытесняющего действительно происходящее событие. Виртуальное получает перевес над актуальным потому, что оказывается способным сделать зрителя причастным к событию мгновенно. Магия мгновенности оказывается достаточно могущественной и многообразной, чтобы практически стереть в зрителе потребность деятельного участия. Дело не только в вытеснении мгновенным образом традиционной длительности и протяженности, но и в том, что современному человеку оказывается все сложнее отделить реальное от виртуального. Для современного сознания события не представляются более элементами какой-то целостной, континуальной системы, сюжетной последовательности. Утеряна та целостность или та середина, где соединялись событийные цепи, где рождались перспектива, дистанция, время, где понятие смысла ассоциировалось с понятием пространства. В случае, когда преодолевать времен-

ные и пространственные символические преграды и покровы более нет необходимости, когда глобальная коммуникация стала всесильной, деталь перестает восприниматься как часть целого и превращается в самодостаточную, мгновенную и всепоглощающую подробность, вытесняющую даже намек на трансцендентную целостность. Показать мир подробно и четко значит создать иллюзию присутствия, вовлеченности в событийный, но не сюжетный ряд.

Можно охарактеризовать современную визуальную ситуацию как симульганное присутствие вещей, причем для соединения вещей в этих точках одновременности часто нет необходимости в посредничестве зрителя. И хотя, конечно, «четкая» картинка на мониторе или рекламном постере – еще не предел технического перевоплощения мира вещей в мир изображений, но заветная черта уже перейдена, поскольку человек доверил медийному средству выполнять роль наблюдателя. Вещи начинают наблюдать за вещами, отражаются друг в друге, и они, пожалуй, наблюдают и за человеком.

Меняется способ коммуникации: электронный видеобраз заменяет публичную коммуникацию между людьми. Став исключительным посредником в передаче информации, этот образ также выполняет роль интерпретатора доставляемой информации. Парадоксальный характер передачи сообщения, эстетизация процесса современной коммуникации состоит в выделении из информационного потока отдельных ключевых моментов, интенсивных суггестивных деталей. Для потребителя такой информации представляет интерес не целое, то есть соблюдение пропорций между частями, верность объективному пространству, а именно деталь как элемент неожиданный, потенциаль-

но способный вырваться из контекста и проецироваться на жизнь индивида.

Например, шоковая рекламная стратегия базируется на приеме фрагментации сюжетного целого, вырывания из него цитат и лаконичных деталей. Путь к неожиданной фрагментарной презентации визуальной информации лежит через нарушение традиционной, привычной для реципиента формы сообщения, намеренное искажение стереотипных визуальных и вербальных образований, нарушение контекста и др. Вместо того, чтобы искать недостающую полноту в рамках изображения, современный зритель предпочитает достраивать видимую фигуру до целого за счет коннотативных, внешних по отношению к изображению связей.

В расчете на такого рода интерактивность, на поиск самостоятельных путей обретения целостного смысла и рассчитана современная массовая визуальная стратегия. Дело не в том, каким путем будет восстанавливаться руинированная в шоковом образе реальность, а в том, что она вообще будет достраиваться, что фрагмент будет воспринят не как фрагмент, а как самостоятельное и в своем роде завершенное смысловое образование, мотивирующее интерпретационную деятельность реципиента.

Поэтому как для рекламы, так и для актуального искусства характерно обращение к многочисленным штампам современной массовой культуры. Набор штампов коллективного бессознательного сегодня прирастает за счет образов-действий, а не образов-вещей (скорость, энергия, успех и т. п.). Можно говорить о тенденции к переходу от интенсивного предметного образа-имитации к аккумулятивному беспредметному образу-событию, образу-процессу.

16.06.2011

#### Список литературы:

1. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. М., 2003.
2. McLuhan M. Understanding Media: The Extentions of Man. – N.Y., 1964.

Сведения об авторе: **Кондратьев Евгений Андреевич**, кандидат философских наук, доцент кафедры эстетики философского факультета МГУ имени М.В. Ломоносова  
119991, Москва, ГСП-1, МГУ, Ломоносовский проспект д. 27, корп. 4, тел. (495)939-19-50,  
e-mail: estet@philos.msu.ru

UDC 18: 7.01

**Kondratiev E.A.**

Moscow state university, e-mail: estet@philos.msu.ru

#### **THE ROLE OF IMITATION IN CONTEMPORARY VISUAL COMMUNICATIONS**

The subject of this paper is the characteristics of modern visual communication and the role of the detailed image in the process of information transfer.

Key words: imitation, simulacrum, communication, detail.

1. McLuhan G.M. Understanding Media: The external expansion of rights. М., 2003.
2. McLuhan M. Understanding Media: The Extentions of Man. – N.Y., 1964.