

Письмо редакторов

В этом году нашему журналу исполняется 15 лет. Представляем вниманию читателя его юбилейный выпуск, который вновь посвящен визуальной социологии. В одном из первых выпусков журнала мы когда-то анонсировали визуальный поворот социологии и описывали возможные перспективы визуальных исследований социального. Теперь, спустя годы, мы могли бы констатировать, что метафора «поворота» оказалась удачной, открыла путь и теперь, совершив круг, та же метафора описывает теперь уже широкое поле визуальных исследований. Мы можем увидеть укоренение визуальности в социологии города, музейных исследованиях, в интересе Big Data к массиву визуального в Интернете, в неизменной компоненте визуального в самопрезентациях индивидов и групп и т. д. Социальная и политическая реальность, как ее представляют сегодня социальные науки, имеет сложный, многослойный характер, увязывает в один узел социальные, этнические, возрастные и гендерные характеристики отдельных общностей, а также совмещает их текстуальные и визуальные проявления. Эта возросшая сложность организации современной жизни, возникшая на изломе традиционного и инновационного, формулирует новые вызовы относительно перформативной стороны социального действия, в духе Дж. Батлер и Дж. Александера. Действие показанное/отыгранное, сцены социальной жизни, общество спектакля, гендерные дисплеи, визуальные сторителлинги — все эти термины направлены на фокусирование на «образе» и обыгрывают социально-визуальные компетенции социальных акторов. Модус — быть не только услышанным, но и увиденным, равно как и самому услышать и увидеть — стал возможным и насущным в эпоху глобализации медиакommunikаций. Современные технические возможности и сетевая организация коммуникации радикально поменяли модальность человеческого взаимодействия. Постоянно растущая изоциренность визуальной продукции и распространение интерактивных технологий, начиная от иллюстративных видео и цифровой фотографии в электронных СМИ до полностью превращенных в инфографику онлайн-источников, все больше превращают прежних визуальных потребителей в производителей визуального. Производство и глобальное распространение визуальных эффектов, которые были ранее только в зоне ответственности агентств и средств массовой информации, перетекают в инстанции менее профессиональные, но порой не менее компетентные, — к тем, кто распространяет визуальный контент независимо от средств массовой информации с помощью электронных сетей. Таким образом, производство, распространение и коммуникация через визуальное больше не ограничиваются их изначальной целевой аудиторией. Распространение визуального не может больше контролироваться только через профессиональные каналы, что вызывает зачастую резкую реакцию отдельных аудиторий.

В связи с этим важно обратить внимание не только на социальные подходы к изучению массивной визуальной атаки на современного человека. Не менее существенным является и определенный эпистемологический сдвиг в повседневном познании — спрос на визуальную компетенцию самих индивидов. Элементами этого сдвига могут быть названы, вслед за Марион Мюллер, три обстоятельства: доступность производства визуальных объектов дилетантам (его приватизация), глобальное их распространение

в публичной сфере и деконтекстуализация визуальных знаков¹. Под деконтекстуализацией понимается тенденция отхода от локально-регионального контекста визуальных эффектов, возникших в момент производства объекта, а также и приобретение им дополнительных смыслов на более широком, глобальном уровне. Соответственно, контекст восприятия будет значительно отличаться от контекста его национального производства, что означает, что объект сложно изучать исключительно с текстуальной точки зрения, но и видеоряд, воспринятый вне интерпретативного сопровождения, также может быть весьма многозначен.

Этой интродукцией мы подводим к мысли, что визуальная компетенция является необходимой составляющей парадигмы фундаментальных исследований по производству, распространению, восприятию, интерпретации визуальных эффектов в разных социальных, гендерных, культурных и политических контекстах. Предлагаемые далее статьи нашего номера послужат выявлению важных и дискуссионных моментов в понимании визуального.

Елена Рождественская, Виктория Семенова

¹ Müller M. G. Visual competence: a new paradigm for studying visuals in the social sciences? // Visual Studies. 2008. № 2 (23). P. 101–112.