



Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»  
St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work  
Kama Institute of Humanities and engineering technologies  
Penza State Technological University  
New Bulgarian University

## **SOCIETY, CULTURE, PERSONALITY IN MODERN WORLD**

Materials of the X international scientific conference  
on February 16–17, 2020

Prague  
2020

**Society, culture, personality in modern world:** materials of the X international scientific conference on February 16–17, 2020. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2020. – 56 p. – ISBN 978-80-7526-449-7

#### **ORGANISING COMMITTEE:**

**Nataliya Khristova**, doctor of history, assistant professor of history and theory of culture of the department of art history and cultural history of the New Bulgarian University.

**Bozhena Ivanovska**, Ph.D., Dean of the Faculty of Philology, School of Tourism and Foreign Languages (Poland).

**Nicholay V. Mityukov**, doctor of technical sciences, professor of the Kama Institute of Humanities and engineering technologies.

**Victor G. Galushko**, candidate of philosophical sciences, assistant professor, head of department of philosophy, cultural studies and foreign languages at St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work.

**Natalia V. Osipova**, candidate of sociological sciences, assistant professor of Penza State Technological University.

*Authors are responsible for the accuracy of cited publications, facts, figures, quotations, statistics, proper names and other information.*

These Conference Proceedings combines materials of the conference – research papers and thesis reports of scientific workers and professors. It examines society, culture, personality in modern world. Some articles deal with evolution of society as the system. A number of articles are covered social interaction and relationships in traditional, industrial and information society. Some articles are devoted to socio-economic and socio-cultural aspects of globalization. Authors are also interested in spiritual, moral and aesthetic aspects of culture.

**UDC 316.32+008+159.922**

**ISBN 978-80-7526-449-7**

© Vědecko vydavatelské centrum  
«Sociosféra-CZ», 2020.  
© Group of authors, 2020.

# CONTENTS



## I. THE THEORETICAL ANALYSIS OF THE CONCEPT OF SOCIETY: THE PARADIGM OF THE PAST AND PRESENT

**Кукарников Д. Г.**

History research methodology in the works of Max Weber.....5

## II. THE EXPERIENCE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY

**Андриенко О. А.**

Всероссийское детско-юношеское движение «Юнармия» и его роль  
в формировании патриотизма у подрастающего поколения ..... 10

## III. SOCIO-ECONOMIC AND SOCIO-CULTURAL ASPECTS OF GLOBALIZATION

**Султонова С. Ю.**

Технологический терроризм – как угроза современному миру..... 14

## IV. CULTURE AS POLYSEMANTIC CONCEPT AND AS THE PHENOMENON OF “BLOOMING COMPLEXITY”

**Амонова Ф. Ф.**

К вопросу о генезисе языкознания в Древней Греции..... 18

**Артеменко Я. И.**

Визуальность и визуализация в перспективе «текучей современности» ... 21

## V. THE SPIRITUAL, MORAL AND AESTHETIC ASPECTS OF CULTURE

**Выдрина Н. А.**

Приобщение школьников к нравственному содержанию пьесы  
А. П. Чехова «Чайка» ..... 25

## Библиографический список

1. Античные теории языка и стиля. Под общей ред. О. М. Фрейденберг. Ленинград. ОГИЗ-СОЦЭКГИЗ, 1936, 342 с.
2. Аристотель. Поэтика. Электронный ресурс: <https://royallib.com/book/aristotel/poetika.html> (дата обращения: 20.01.2020).
3. Кондратов Н.А. История лингвистических учений. М., Просвещение, 1979, 224 с.

## ВИЗУАЛЬНОСТЬ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В ПЕРСПЕКТИВЕ «ТЕКУЧЕЙ СОВРЕМЕННОСТИ»

Я. И. Артеменко

*Кандидат философских наук, доцент,  
Национальный фармацевтический  
университет,  
г. Харьков, Украина*

---

**Summary:** The article regards visuality as a paradigm setting of nowadays culture. Author outlines the main prospects of visual studies. The typology of visual representations was proposed as well as the possible approaches to their interpretation.

**Keywords:** liquid modernity; visual studies; visuality; representation.

---

В наши дни исследователи все чаще констатируют переход от культуры слова и вербальности к культуре визуального образа. Новая парадигмальная установка культуры, визуальное, – и как инструмент активного захвата внимания, и как сфера взаимодействия с миром – занимает все больше места в пространстве нашего восприятия. Компактность и интенсивность визуального (или визуализированного) образа делает его исключительно выигрышным средством коммуникации. Трансформации, происходящие в современной культурной парадигме, производят изменения в принципах описания различных явлений. Сегодня нет сомнения, что визуализируется все – от чувства, скрытого за мимической маской или социального посыла интерьерера, до коммуникативного «жеста», структуры вселенной или квантового скачка.

Зигмунт Бауман, описывая настоящую историческую ситуацию как «текучую современность» [2], говорит об особой социальности и изменении статуса индивида. Индивид, уже более не контролируемый устойчивыми социальными паттернами и связями, оказывается сам «ответствен за собственные неудачи» и, очевидно, за ту меру понимания, которую находит в других. Индивидуализация в сфере социальных отношений и возрастающая интенсивность взаимодействий делают приватизированное, по выражению Баумана, пространство, а также его события, ведущей моделью репрезентации.

Индивид как социальный актер выступает в качестве субъекта, который потребляет и ретранслирует значения в форме индивидуально же ориентированных сообщений. «Приватность», обращенная вовне, к другим

«приватностям», должна формировать красноречивые сообщения, емкие, эмоционально окрашенные, доходчивые и риторически отточенные.

Информатизация, экономизация и виртуализация горизонта человеческой жизни проектируют глобальное коммуникационное пространство на основе насущных интересов, поддерживаемых условными (инструментальными) мотивами (см., например, Дж. Элкинс, «Дело Кельвина Кляйна в одежде» [6]).

В контексте новых социокультурных условий визуальная среда представляется наиболее эффективным инструментом коммуникации и социального влияния. Благодаря своим базовым свойствам (таким как отчетливость, емкость, компактность и интенсивность воздействия) визуальный образ работает как герменевтически насыщенный феномен. Визуальное сообщение также имеет функцию «ограничителя», определяющего меру свободы интерпретации в границах определенного (идео-)логически скорректированного дискурса.

Второй важный аспект актуальности нашей работы коренится в проблеме визуальной выразительности в целом. Современная культура, обогащенная опытом трансгрессии, заново открыла сферу невыразимого, то есть экстра- или суб-семиотического пространства. Таким образом, можно констатировать неадекватность любого языка описания для отображения «состояний» и «переходов» пререфлексивного уровня жизненного мира (таких как самопознание «интимной личности», шок, индивидуальный мистический опыт, ряд явлений телесного опыта и т. д.).

В этом контексте визуальная сфера предоставляет набор выразительных средств, способных расширить область считываемых значений. Визуализация рассматривается как технический метод (ре)конструирования определенной реальности и сам принцип отношения к реальности, располагающий обширными возможностями восприятия и выражения.

Мы должны уточнить термин «визуализация» в контексте философского дискурса, минуя чисто технический аспект проблемы. Обобщая возможные коннотации, мы обозначаем визуализацию как методологию восприятия и выражения, разворачивающихся в двух взаимодополняющих направлениях.

а) Визуализация может пониматься как создание образа, как репрезентацию некоторой идеи (конструирование видимого смысла, смысловой «проекции» или «идеографии»). В этом случае визуальность проявляет свои выразительные средства, ориентированные вовне, «от себя к зрителю». Такой вид визуализации создает *визуализированные* объекты, за которыми стоит невидимая реальность (плакат, Instagram-сообщение, живописные аллегории классицизма).

б) Визуализация также может выступать как раскрытие значения изображения (герменевтика видимого объекта, рациональная «ретроспекция» или «икконография»). Здесь визуальные средства используются для артикуляции сообщений, направленных «внутрь», «от образа к себе», и их понимания.

Основные механизмы визуализации – это показ (вместо проговаривания) и просмотр (вместо прочитывания); трансформация скрытых значений в видимые; создание правил интерпретаций («конвертация» ценностей); локализация («сжатие») и интенсификация воздействия информационных сообщений.

Несмотря на актуальность визуальной тематики, существует проблема описания визуальных явлений. Традиционными средствами такого рода описаний были обычно языки эстетики, искусствоведения, семиотики, психологии восприятия.

Философский подход может предложить отличающийся как по уровню спецификации, так и по степени обобщения, принцип работы с визуальными явлениями. Феноменология, в частности, рассматривает визуальный образ как феномен сознания, вписанный в горизонт сложной системы взаимодействий, в которой коррелируют телесность, социальность и психология. Антропологические проекции, в свою очередь, оказываются условиями, а не средством выражения значений. Ментальный образ, «рисующий» некоторую реальность, по мнению Ж.-П. Сартра, – это способ, которым объект проявляет себя в сознании с точки зрения воображения [4, с. 58], а, следовательно, наслаивает видимую реальность на реальность ожидания.

Можно утверждать, что в некоторой степени все, в том числе, идея, принцип, факт или событие, является потенциальным визуальным образом. Степень наглядности определяется сферой, в которой функционируют описанные идеи, набором доступных инструментов объяснения и актуальными задачами визуализации. Следовательно, практика визуализации должна включать не только методы изобразительного искусства или медиа, которые работают с видео- или фотоматериалом, но также и методы построения визуального представления не визуальными средствами (блестящие примеры этого демонстрируют известные «феноменологические описания» в текстах М. Пруста или А. Робб-Грийе).

Перспективы визуальных исследований определяются целью разработки философской теории визуализации. Одной из задач возможных будущих исследований является разработка типологии и прослеживание эволюции отношений между изображением и реальностью, которую оно представляет. С нашей точки зрения, следует упомянуть такие формы соотношения изображения/реальности.

а) *Репрезентация* (соответствует отношениям в рамках иконического знака, когда обозначающее миметически связано с обозначаемым); в качестве образца можно рассматривать реалистическое художественное указание на объект или позитивистское научное описание.

б) *Медиация* (создание имиджа-посредника между реальностью какой-либо идеи и социально-психологической реальностью целевой группы, которой адресовано сообщение.) Основой такого вида визуальной коммуникации является соглашение, которое маркирует отношения как репрезентативные. Однако фактически он устанавливает отношение пред-

ставления субъекта к сообщению как к приемлемому, истинному в рамках ситуации. Детали такого рода связей представлены в концепции риторики визуального образа [1, с. 4].

в) *Эквивалентность* (создание образа, который нарушает систему знаковых отношений. Он не обозначает определенную сущность, а скорее проектирует, как предполагает А. Менцвель, самодостаточную художественную реальность, эквивалентную внешней, и поэтому сопротивляется сравнению или символизации (см. в качестве примеров описания современных выставочных проектов [3]).

г) *Конверсия* (представление, которое находится от его объекта настолько далеко, что в результате мы имеем совокупность несопоставимых понятий, ценностей или даже измерений). В основном это явление имеет место в научных описаниях, которые выходят за рамки эмпирической проверки, присущей естественнонаучному подходу, и затрагивают сферу метафизики. В попытке представить теории, содержание которых может быть выражено исключительно математически, ученые часто стремятся использовать риторические средства визуализации. В качестве основных особенностей такой визуализации можно считать несоизмеримость сравниваемых параметров, построение невозможного пространственно-временного «места» для наблюдателя, использование избыточных эстетических средств для создания эффекта достоверности.

Все упомянутые аспекты могут очертить перспективы будущих визуальных исследований и могут быть полезны для поиска или изобретения новых описательных языков, применимых к наиболее сложным визуальным явлениям.

Таким образом, нам представляется, что рассматривать визуальность как сферу изобразительных средств исключительно – серьезное упрощение. Визуальность может исследоваться как особый нарратив, характеристика культуры эпохи «текучей современности», средство позиционирования – идеи, субъекта, вербально невыразимого.

#### Библиографический список

1. Barthes R. The semiotic Challenge. - University of California Press, 1994.
2. Бауман З. Текучая современность. – электронный ресурс. – Режим доступа: <https://knigogid.ru/books/397475-tekuchaya-sovremennost/toread>.
3. Менцвель А. Антропологічна уява. – К.: Юніверс, 2012.
4. Сартр Ж.-П. Воображаемое: Феноменологическая психология воображения. – СПб: Наука, 2001.
5. Эко У. От древа к лабиринту. Исторические исследования знака и интерпретации. – М.: Академический проект, 2016.
6. Элкинс Дж. Исследуя визуальный мир. – Вильнюс: Европейский гуманитарный университет, 2010.

