Павел Чангирович Хан

Санкт-Петербургский государственный университет

[pavelhan2009@gmail.com](mailto:pavelhan2009@gmail.com)

**Материальный базис означаемого как фактор эффективности визуального содержания в современном медиапространстве**

Определяющим фактором эффективности визуального контента в медиа может стать понимание «вещества» плана содержания. Получив в свое распоряжение «комплект знаков», отсылающий к знаковой системе традиционной доцифровой культуры, медиадизайн «взывает» о базовых понятиях и принципах материальной культуры, формирующих современное медиавосприятие.

Ключевые слова: материальный базис означаемого, нехватка, семиотика.

Метаязык визуальных коммуникаций во многом составляют формы, пришедшие из материальной культуры. Существенной проблемой при этом становится резкая трансформация «материала» знака. Знаковые единицы в цифровом пространстве тотально приобретают дополнительную, иконическую нагрузку. Визуальная знаковая система трансформируется, оставляя в референтном поле объекты материальной культуры. Это приводит одновременно и к усложнению, и к упрощению процесса коммуникации. С одной стороны, язык коммуникаций переизобретается заново, с другой – сохранение культурного богатства требует понимания того, как трансформируется материальная культура. Избыток изобразительных средств тождественен недостаче области означающего: «метафора нехватки как таковой, фобия несет в себе черты слабости означающей системы субъекта» [3: 72]. Определяющим фактором эффективности визуального контента в медиа может стать понимание «вещества» плана содержания. В свою очередь, «вещество» плана содержания включает в себя материальные формы и принципы их производства и использования.

В мире современных глобальных коммуникаций становится очевидным противостояние центробежных и центростремительных тенденций. При этом под «центром» можно подразумевать и глобальный центр, именуемый в некоторых источниках Западом, и локальные центры – государства, регионы, сообщества. Парадоксальным образом сложилась культурно-коммуникационная парадигма, в которой Запад-как-центр манифестировал отсутствие и вредность всякого центра. Исследователи марксистского толка говорят, что в процессе развития Запада происходит размывание локальных идентичностей. Терри Иглтон пишет о конфликте между культурой как товаром и культурой как идентичностью. «Высокая культура Баха и Пруста вряд ли может как материальная сила соревноваться с соблазнами культурной индустрии, религиозной иконы или национального флага. В категориях Фрейда культура как сублимация едва ли способна соперничать с культурой как либидозным удовлетворением» [2: 109].

Глобальное распространение масскульта, в котором массмедиа играют роль транслятора, среды, носителя массовой культуры, входит в противоречие с многовековой историей развития локальных культур, связанных с материальным базисом, природными условиями, традициями этносов, собственным языком и письменностью. Используя структуралистскую терминологию, можно сказать, что знак в современных коммуникациях все чаще и чаще переходит из измерения синтагматического в измерение парадигматическое. Появление так называемых «миров», «реальностей» и «сред» приводит к ложному представлению о релятивизме понятий. Д. Гаспарян отмечает эту ложность следующим образом: «Главный фокус здесь будет в том, что имя появляется не после появления объекта, а сам объект появляется после имени (именования). Имена создают вещи, а не крепятся к ним в качестве вторичной процедуры означения. Тогда вполне естественным будет то, что одно и то же имя будет обозначать один и тот же объект во всех возможных мирах – ведь само имя не меняется, а как только оно появляется, оно “тащит” за собой и объект, образуемый этим именем» [1]. И тогда, например, такое понятие, как «глиф» интерпретируется всеми практиками дизайна как рельеф буквы, выбитой в камне резцом античного ваятеля. Тем временем, опыт дизайна апеллирует не только к античному опыту, он расширяется и приводит к эффекту несопоставимости новых явлений и старых наименований. Можно сказать, что культурная память «взывает» к актуализации широкого спектра первичных понятий. Попытка постмодернистской культуры абсолютизировать относительное рано или поздно должна была закончиться неким пределом.

Литература

1. Гаспарян Д. Э. Дескриптивизм vs. Антидескриптивизм и теория значения в структурной лингвистике // Сборник докладов конференции «Именование, необходимость и современная философия». М., 2011. С. 54–61.

2. Иглтон Т. Идея культуры. М., 2019.

3. Кристева Ю. Силы ужаса: эссе об отвращении. СПб., 2003.