

Визуальная экология Интернет-пространства

Семиотический и психологический аспекты

Аннотация

Человек общества-Сети вынужден жить одновременно в двух мирах: реальном и виртуальном. На первый взгляд, каждый из них развивается по своим законам. Но если присмотреться внимательнее, то мы увидим, что их объединяют общие проблемы. Одной из таких проблем является неблагоприятная для человека экология. В первом случае человек всё чаще становится жертвой загрязнения воздуха и воды, во втором – «противоестественной» визуальной среды. Эта «противоестественность» может иметь как культурологический характер (несовпадение визуальных культурных кодов), так и психологический (непереносимость определенных цветовых сочетаний и пр.).

Безусловно, проблема визуальной экологии имеет отношение не только к Интернет-пространству. Однако, в реальном мире сама природа позаботилась о том, чтобы при необходимости человек мог «отдохнуть» от визуальных объектов, вызывающих у него раздражение или депрессию, и сосредоточился на созерцании прекрасных пейзажей и ландшафтов. В Интернет возможности «переключиться» может и не быть, если, например, человек вынужден долго работать с одним и тем же электронным источником как «визуальным аллергеном».

Целью данного доклада является анализ теорий и концепций российских и зарубежных ученых, которые, по мнению автора, применимы в решении проблемы визуальной экологии в пространстве Интернет. Их методологические ресурсы рассматриваются на примерах «виртуального» дизайна и архитектуры.

До определенного времени человек жил в гармонии с природой – идеальной с точки зрения визуального комфорта независимо от

времени года и суток. Однако процессы урбанизации, технологизации и компьютеризации привели к тому, что естественная среда превратилась почти полностью в искусственную: человек общества-Сети живет не в окружении живой природы, но в пространствах мегаполисов, агломераций, «электронных коттеджей» и электронных «кочевых» офисов. И все эти пространства далеко не всегда визуальны совершенны. Комфортные для глаз цветовые сочетания и «божественные пропорции» [Лука Пачоли] приносятся в жертву скорости, прагматизму и функциональности. Между тем, стремление к красоте и визуальному совершенству является, видимо, не только результатом эстетического воспитания, но и заложено в самой человеческой природе – как на физиологическом уровне, так и на уровнях архетипов и стереотипов. Иначе люди, не имеющие соответствующего художественного образования, просто не ощущали бы никаких *визуально-экологических проблем*, ведь проблема – это когда что-то с чем-то входит в противоречие. В данном случае – визуальная среда входит в противоречие не только с представлениями человека о красоте, но и его *ощущениями* и *подсознательными стремлениями* к прекрасному. Отсюда, точно так же, как в реальном мире человек всё чаще становится жертвой загрязнения воздуха и воды, в виртуальном – «противоестественной» визуальной среды. Эта «противоестественность» может выражаться в несовпадении с его визуальными культурными кодами, с его предпочтениями определенных цветовых сочетаний и пр. Проблема визуальной экологии Интернет-пространства актуализируется в том случае, когда, не имея возможности «переключиться», человек вынужден долго работать с одним и тем же электронным источником как «визуальным аллергеном». В связи с этим, целью данного доклада является анализ теорий и концепций российских и зарубежных ученых, которые, по мнению автора, применимы в решении проблемы визуальной экологии в пространстве Интернет.