

Пивоварова Наталия Алексеевна

ТРОПЫ В ПРОЕКТНОЙ МЕТОДОЛОГИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА XX-XXI ВВ.

Статья посвящена исследованию категорий тропов в графическом дизайне. Обозначены предпосылки к актуализации проблемы исследования тропов в современной визуальной среде. Новая постановка вопроса о тропах предполагает его изучение как самостоятельной проблемы графического дизайна, значимой в контексте нахождения дополнительных творческих ресурсов и методов создания образа в проектировании. Проанализированы подходы к изучению и применению тропических преобразований в создании визуальной коммуникации. На основе проведенного анализа сделаны выводы о степени разработанности вопроса, специфике использования тропов и перспективах их дальнейшего изучения в графическом дизайне.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2017/12-5/51.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2017. № 12(86): в 5-ти ч. Ч. 5. С. 196-202. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2017/12-5/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hlist@gramota.net

18. РГАСПИ. Ф. 69. Оп. 8.
19. РГАСПИ. Ф. 82. Оп. 2.
20. Так сражались чекисты / лит. обраб. А. И. Афанасьева [Электронный ресурс]. URL: http://militera.lib.ru/memo/russian/sb_tak-srazhalis-chekisty/index.html (дата обращения: 19.02.2017).
21. Центральный архив ФСБ России (ЦА ФСБ России). Ф. 3. Оп. 9.
22. ЦА ФСБ России. Ф. 14. Оп. 4.
23. ЦА ФСБ России. Ф. 14. Оп. 5.
24. ЦА ФСБ России. Ф. 40. Оп. 22.
25. Центральный архив Министерства обороны (ЦАМО). Ф. 15. Оп. 178359.
26. Центр документации новейшей истории Волгоградской области (ЦДНИВО). Ф. 149. Оп. 1.
27. ЦДНИВО. Ф. 171. Оп. 1.
28. ЦДНИВО. Ф. 13022. Оп. 1.
29. Чуйков В. И. Сражение века [Электронный ресурс]. URL: <http://militera.lib.ru/memo/russian/chuykov/index.html> (дата обращения: 16.02.2017).

**ORGANIZATION OF THE RECONNAISSANCE ACTIVITY OF THE NKGB
(PEOPLE'S COMMISSARIAT FOR STATE SECURITY) – NKVD (PEOPLE'S COMMISSARIAT
FOR INTERNAL AFFAIRS) AUTHORITIES BEFORE AND DURING THE BATTLE OF STALINGRAD**

Pershin Konstantin Vyacheslavovich

*Volgograd State University
pershincostia@yandex.ru*

In the article by the example of Stalingrad region the organization of the reconnaissance work by territorial departments of the NKVD-NKGB of the USSR during the Great Patriotic War is considered, its main features are noted. The description and analysis of the main forms and methods of the reconnaissance activity, the forces and means used, the circumstances complicating the work of the security agencies during the battle of Stalingrad are given, the most significant results of the reconnaissance activity are revealed. The research is based on a broad corpus of sources that hadn't previously been introduced into scientific use; attention is paid to the historiography of the issue. Also, the activity of the police and punitive organs of the Germans and their allies is considered, the peculiarities of the occupation regime in the territory of Stalingrad region are examined. Special attention is paid to the participation of the NKVD-NKGB authorities in the organization of the partisan movement in the region, the main difficulties associated with the actions of the partisan movement in Stalingrad region are marked, and comparison of the activity of the partisan troops with other regions of the Soviet Union is given.

Key words and phrases: Great Patriotic War; NKVD; NKGB; occupied territory; reconnaissance; agents; residency; prisoners of war; partisan troops.

УДК 74.01/.09

Искусствоведение

Статья посвящена исследованию категорий тропов в графическом дизайне. Обозначены предпосылки к актуализации проблемы исследования тропов в современной визуальной среде. Новая постановка вопроса о тропях предполагает его изучение как самостоятельной проблемы графического дизайна, значимой в контексте нахождения дополнительных творческих ресурсов и методов создания образа в проектировании. Проанализированы подходы к изучению и применению тропеических преобразований в создании визуальной коммуникации. На основе проведенного анализа сделаны выводы о степени разработанности вопроса, специфике использования тропов и перспективах их дальнейшего изучения в графическом дизайне.

Ключевые слова и фразы: графический дизайн; семиотика; визуальный текст; вербальный текст; коммуникация; тропы.

Пивоварова Наталия Алексеевна

*Санкт-Петербургская государственная художественно-промышленная академия им. А. Л. Штиглица
NTPIV@yandex.ru; pivovarovoy@gmail.com*

ТРОПЫ В ПРОЕКТНОЙ МЕТОДОЛОГИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА XX-XXI ВВ.

Тропы как языковые средства создания выразительности изначально относятся к терминологии филологических исследований. Несмотря на то, что в античной риторике тропы использовались для украшения публичной речи, одно из первых определений термина, сформулированное оратором Квинтилианом, раскрывает не декоративную функцию тропов, а лежащий в их основе принцип трансформации смысла: «Троп есть целое смысловое изменение слова или речи от собственного значения к другому» [Цит. по: 12, с. 159].

Согласно Квинтилиану, тропы подразделяются на применимые «для украшения речи» и «для сильнейшего выражения» [4, с. 101], реализуемые оратором в пределах слова и на протяжении всего выступления. Квинтилианом был затронут и спорный вопрос о количестве, видах тропов и границах между ними, но более

значимым в риторическом контексте стало перечисление «нужнейших и употребительнейших тропов» [Там же] для достижения образности, выразительности в речи – таких, как метафора, синекдоха, метонимия, онома-топея (новые, придуманные названия для вещей, например, сосуд для сахара – сахарница), катахрезис (намеренная логическая ошибка) и др.

Изучение тропов в античной риторике (Цицерон, Квинтилиан, Аристотель и др.) стало базисом для их дальнейшего теоретического осмысления в сфере языковых и литературоведческих исследований. Существует множество аспектов рассмотрения тропов: так, риторика акцентирует внимание на возможностях тропеических средств усиливать выразительность публичной речи, литературоведческий анализ предполагает изучение авторских тропов для реализации смысла в контексте произведения, а для исследования речи отдельного человека в рамках лингвоперсонологии актуально выявление индивидуального употребления тропов конкретной «языковой личностью» и их связь с экстралингвистическими факторами (такими, как воспитание, образование и т.д.).

Специфика тропа как средства создания образности обусловлена сдвигом значений, происходящих в его пределах, и уже в филологических исследованиях была обозначена природа тропеических преобразований – не столько языковая, сколько художественная, характерная для творческого освоения мира в целом. Так, во второй половине XX века лингвист и литературовед Р. О. Якобсон использует термины «метафора» и «метонимия» в сфере визуальных искусств и психоанализа, выводя данные понятия за пределы языкознания [8, с. 170]. Согласно Ю. М. Лотману, исследователь расширяет культурную функцию тропов, рассматривая их как «основу смыслообразования в любой семиотической системе» [Там же]. Сам же Лотман считал, что именно тропы составляют «суть творческого мышления», и поэтому сфера их применения выходит не только за рамки языковых исследований, но искусства вообще [Там же, с. 169].

Переходя к вопросу об интеграции тропов в среду графического дизайна, необходимо обозначить следующие предпосылки, значимые для данного прецедента:

1. Интуитивное использование тропов в графических произведениях, обусловленное художественной природой первых.

2. Применение таких понятий, как «метафора», «аллегория», «метонимия» и др. в сфере визуальных искусств, например, в анализе произведений живописи [11], что дает основание полагать их не чуждыми терминологическому аппарату визуальной культуры.

3. Практическое осмысление тропов через сближение словесных и визуальных образных средств в отечественном и зарубежном графическом дизайне. Примером таких творческих поисков являются экспериментальные подходы российских художников 1920-х, в том числе совместная работа Родченко и Маяковского [6], визуальная поэзия Степановой [5] и др.; в качестве показательных примеров зарубежного опыта можно привести синергетический подход Билла Бернбаха, реализованный в сотрудничестве с Полом Рэндом [22, р. 391], проектные разработки Пита Цварта, основанные на синтезе вербальных и визуальных решений [20] и т.д.

4. Развитие семиотики, в контексте которой проявляется знаковая природа вербальных и визуальных текстов, вследствие чего актуализируются отношения между знаками, не прямые связи между реалиями мира и их обозначением, а также формируется семиотически-коммуникативный подход [16, с. 4] в графическом дизайне.

Все перечисленное образует специфическую основу для интеграции тропеических средств в сферу графического дизайна: выявление и анализ тропов позволяет исследовать знаковую природу образов графических произведений; создание композиций при помощи тропеических средств является одним из возможных методов смыслообразования в графическом дизайне. Использование тропов в качестве дополнительного творческого инструментария дизайнера актуально для стимуляции художественного мышления, создания подчеркнутой связи между вербальным и визуальным компонентами композиции, разработки экспериментальных заданий в обучении дизайнера-графика.

Исходя из вышесказанного, актуальность исследования тропов в проектной методологии графического дизайна связана с ценностью их применения на практике в качестве средств анализа смысловой составляющей произведений графического дизайна и средств создания образа в последних. Действительно, к вопросам применения тропов обращались практики и теоретики дизайна, например, Е. В. Черневич, И. Н. Стор, Е. Г. Бердичевский, Е. В. Жердев, И. А. Розенсон и др. В статье В. Ю. Медведева «О теории дизайна в новой учебной литературе» [9] упоминается термин «тропичность», используемый И. А. Розенсон в названии главы «Тропичность виртуальной реальности» учебного пособия «Основы теории дизайна» [13]. Согласно В. Ю. Медведеву, указанный термин является важным аспектом для всей теории дизайна, а не только виртуального мира. Тем не менее данный вопрос не полностью изучен в области графического дизайна. Исследования, посвященные тропам, касаются либо отдельных их видов, чаще всего метафоры [1], либо содержат положения о тропеических преобразованиях в ряду других средств создания смысла в графическом дизайне Е. В. Черневич, И. Н. Стор. Однако изучение тропов в графическом дизайне представляется самостоятельной проблемой исследования, обладающей новизной и практической значимостью. Целью исследования является разработка данной проблемы в теории отечественного графического дизайна. Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1. Определить роль тропов в контексте семиотически-коммуникативного подхода в графическом дизайне.

2. Провести анализ существующих подходов к описанию тропеических преобразований в проектной методологии графического дизайна, отметить перечень тропов, используемых в графическом дизайне и фигурирующих в теоретических исследованиях.

3. Обозначить ряд вопросов, необходимых для дальнейшего развития проблемы исследования тропов и указать перспективы его развития.

Итак, чтобы раскрыть весь спектр возможностей тропов, в первую очередь необходимо изучить существующий опыт обращения к ним в графическом дизайне. Наиболее актуальными работами для выявления специфики тропов являются «Язык графического дизайна» Е. В. Черневич [16] и «Смыслообразование в графическом дизайне» И. Н. Стор [15], а также некоторые практические пособия, что и составило теоретическую базу исследования.

Переходя к первой из поставленных задач, необходимо описать междисциплинарные взаимодействия (семиотика, коммуникация и дизайн), в рамках которых актуализируется роль тропов. Сформировавшийся во второй половине XX века семиотически-коммуникативный подход [16, с. 4] обнаруживает связь графического дизайна как области создания визуальных текстов с семиотикой, оперирующей знаковыми системами вообще. Ценность данного подхода, по Е. В. Черневич, заключается в том, что «с его помощью изучаются универсальные и системные характеристики языка, относящиеся ко всей области объектов графического дизайна» [Там же]. Семиотика как наука о знаках даёт возможность выявить связи между графическим знаком (изображением) и объектом, который с ним соотносится в реальном мире (или абстрактным понятием, реализуемым через знак), а также создавать новые, неожиданные связи, чтобы достичь эффективной коммуникации. Следует отметить, что отношения между означаемым и означающим необязательно должны носить подчеркнuto иллюстративный характер, знак может быть не тождественен означаемому и раскрывать только отдельную сторону объекта или отображать его образно. Данный аспект семиотики активно используется в зарубежном графическом дизайне в рамках создания так называемых «денотативных» и «коннотативных изображений» [17]: первые функционируют как визуальные сообщения, реализуемые через прямую соотнесенность означаемого и означающего, представляют собой буквальную передачу значения; вторые же реализуются через образную передачу, наращивание дополнительного значения.

В создании коммуникации необходимо точно и образно передать смысл сообщения, поэтому отношения между означаемым и означающим представляются важным аспектом анализа произведений графического дизайна: через данные отношения реализуется смысловое содержание композиций, воспринимаемое зрителем, согласно Черневич, человеком, обладающим «визуальной установкой», то есть, предрасположенностью расшифровывать объекты графического дизайна как «визуальные тексты» [16, с. 18], подлежащие своеобразному прочтению. В качестве инструментария, актуального для семиотически-коммуникативного подхода, анализа произведений графического дизайна и изучения способов «визуализации смысла в дизайн-графике», исследователь перечисляет следующие типы отношений между «изображенным (как планом выражения) и несомым им содержанием», «отношения означения» [Там же, с. 35-36]:

1. Синонимия – соответствует «совпадению объемов двух понятий», тождественность, равнозначность. Пример: репортажная фотография, иллюстрация, функционирующая как «подстрочник» для текста [Там же, с. 45].

2. Метафора – перенос по сходству, реализуется при условии, когда изображаемые в визуальном тексте объекты не являются его прямым содержанием (аллегория и устойчивые символы, по Черневич, входят в самостоятельную группу «метафорических текстов») [Там же, с. 52].

3. Метонимия – перенос по смежности, входит в одну группу семантических трансформаций с метафорой, но при этом выделяется отдельным пунктом. Обозначены следующие направления данного переноса: «причина – следствие, часть – целое, предмет – материал, действие – объект, субъект действия – объект, действие – орудие, содержащее – содержимое и т.п.» [Там же, с. 53].

4. Расширение и сужение – основаны на включении и подчинении значений. Расширение реализуется, если изображаемый объект относится к означаемому объекту как родовое понятие к видовому (обратное действительно для сужения). Данные отношения считаются исследователем характерными не столько для визуального, сколько для общего мышления [Там же, с. 56].

5. Антонимия – «отношения контраста, когда два понятия имеют противоположные значения». Примеры такой трансформации составляют небольшой процент визуальных произведений, поскольку она фактически противопоставлена задачам коммуникации [Там же, с. 58].

Представленная Черневич классификация трансформаций, происходящих в визуальных текстах, соотносится с системой семантических преобразований, предложенных В. Г. Гак: формально-логическими отношениями между понятиями [Цит. по: Там же, с. 42]. В то же время, как видно из названий, некоторые из данных отношений коррелируют с тропическими преобразованиями, провоцирующими семантический сдвиг. Например, метафора представляет собой языковое (вербальное) средство создания образности, и рассмотрение ее как семантического преобразования через призму семиотики создает необходимое условие для выделения самого принципа метафорического сдвига и использования метафоры в визуальной среде. Таким образом, аспект семантических преобразований, взятый за основу средств анализа в семиотически-коммуникативном подходе, позволяет обозначить в классификации именно те преобразования (включая тропы), которые актуальны и для вербального, и для визуального языка, исходя из свойственного для обеих систем сдвига значений. Тем не менее список вербальных тропических средств значительно шире: например, в «Практической стилистике русского языка» Д. Э. Розенталя упоминаются такие основные тропы, как эпитет, сравнение, метафора, метонимия, синекдоха, гипербола, литота, ирония, аллегория, олицетворение, перифраза [14]. Помимо перечисленного, например, каламбур и оксюморон, относящиеся по некоторым классификациям не к тропам, а к фигурам речи, также применяются в графическом дизайне [19; 17].

В исследовании Е. В. Черневич прослеживается следующий алгоритм описания преобразований, учитывающий специфику их применения в визуальной среде:

1. Расшифровка понятия семантического преобразования с использованием примеров и пояснений, связанных с визуальной средой. Например, при объяснении синонимии указывается репортажная фотография, реклама вещей, «сопровождаемых их документальным изображением» [16, с. 45] и т.д.

2. Условия существования данного вида преобразования (например, расширение будет действовать при условии, что изображенный объект относится к содержанию как видовой к родовому).

3. Выводы о сфере возможного применения трансформации.

4. Приведение нескольких примеров с указанием авторов и названий работ.

5. Анализ: краткое описание изображения, фиксация означаемого и означающего.

6. Выводы о характерности использования такого преобразования в конкретной области графического дизайна (при наличии таковой приведены примеры именно из этой области).

7. Специфика применения семантического преобразования в указанной области, условия и целесообразность его использования.

8. Обобщение того, что может быть зафиксировано в изображении при использовании конкретной трансформации (например, через синонимию изображается вещь в среде, вещь в действии и т.д.).

9. Заключительные выводы: описание использования трансформации в графическом дизайне (пример – связь с тенденцией графики к уходу от документального изображения и синонимии, связь синонимии и актуальности демонстрации товара на рекламных носителях).

Перечисленные этапы анализа не всегда присутствуют в строгой последовательности и равном объеме, но фигурируют при рассмотрении каждого семантического преобразования. Ценность подхода Черневич проявляется в определении специфики применения преобразований именно для графического дизайна и выявлении наиболее интересных, с точки зрения автора, частных случаев применения. Например, исследователь упоминает, что в метафоре заложена «возможность визуализаций таких изображений, которые сами по себе не являются видимыми», обозначая актуальную для графического дизайна проблему визуализации абстрактного содержания и указывая на один из возможных путей ее решения: «Метафора и есть нахождение наглядного эквивалента для невидимых смыслов» [Там же, с. 52]. Кроме того, семантические преобразования, представленные в классификации Черневич, тяготеют к общим понятиям визуального языка (как знаковой системы) и способны функционировать в качестве универсальных категорий, применимых во всех областях графического дизайна.

Несколько другой подход, но также обнаруживающий связь между семиотикой и графическим дизайном и касающийся вопросов использования тропов, проявляется в работе И. Н. Стор «Смыслообразование в графическом дизайне» [15]. Исследователь оспаривает тождественность образа и знака, указывая на то, что «абсолютизация семиотических методов исследования в искусстве неправомерна» [Там же, с. 27]. Данное утверждение связано с отличной от представленной Черневич концепцией языка графического дизайна, по мнению Стор, включающего не только семантические преобразования, «логику отбора объектов», но и собственно визуальное смыслообразование: отбор графических средств (пятно, линия, точка, фактура и др.), логику композиционного построения и цветовой гармонии [Там же, с. 27-28]. Тем не менее в типах смыслообразования, обозначенных Стор, присутствуют понятия, связанные с семиотикой, семантическими преобразованиями. Стор допускает определенную степень условности предлагаемой систематизации, позиционируя ее как удобную для «исследования закономерностей построения изображения» [Там же, с. 33]. В систему входят следующие типы смыслообразования: синонимия, метафора, метонимия, антонимия, гиперболизация, гротеск, символизация, аллегория, стилизация, метаморфозы зрительных образов, формализм, серийность, логографика, абсурдизация, синтез [Там же]. Из перечисленного к тропическим преобразованиям относятся метафора, метонимия, гиперболизация, гротеск и аллегория.

Если Черневич рассматривает, к примеру, метафору или метонимию как тип семантических преобразований, то для Стор актуален метод, с помощью которого был образован, визуализирован смысл изображения. Соответственно, различается и способ описания перечисленных явлений в контексте создания визуальной коммуникации. В анализе Стор необходимо выделить следующие составляющие:

1. Происхождение и значение термина, в частности, его значение как языкового средства выразительности (употребление в русском языке).

2. Роль в историческом и культурном контексте (например, влияние на выразительность речи).

3. Примеры использования в разных областях и видах искусства (культурный контекст, живопись, литературные источники, реклама и т.д.).

4. Специфика применения в графическом дизайне (характерные случаи использования для поставленной цели).

5. Анализ примеров с точки зрения их содержания, целенаправленности, используемых в них графических средств.

6. Сведение всей информации о типе смыслообразования к его концептуально-логической формуле.

Довольно часто для разъяснения некоторых понятий Стор использует литературные аналоги. Таким образом, прослеживается связь между использованием сходных приемов в литературе, визуальном искусстве и, наконец, в графическом дизайне. Автор переходит от общего понимания термина к частным вопросам, специфике его применения в контексте графического дизайна. Разнообразие примеров позволяет изучить множество аспектов определенного вида смыслообразования и расширить кругозор дизайнера-графика. Кроме того, можно говорить о том, что в анализе Стор присутствует язык, более близкий по своей природе к предмету описания: при рассмотрении аналогов исследователь оперирует понятиями «композиционное решение», «творческий метод», «в целях художественной выразительности графических листов» и т.д. Так, при объяснении метонимии Стор обращает внимание на отдельные композиционные приемы, используемые при данном

типе визуализации в плакате: «увеличение фрагмента», «фотонаплыв», «крупный кадр» [Там же, с. 39]. Но также в трактовке терминов Стор прослеживается и семиотический подход, фиксирование знакового характера явления и связей между означаемым и означающим. Приведем пример такого объяснения: «Аллегорическое изображение часто полностью не совпадает с подлинным содержанием произведения искусства, но изображение является способом обнаружения этого содержания» [Там же, с. 54].

В целом можно сказать, что подход к описанию типов визуализации, представленный Стор, указывает на связь семантических преобразований (в том числе связанных с тропическими трансформациями) и художественных выразительных приемов – именно через синтез средств графики и выстраивания логики отношений между знаком и означаемым происходит смыслообразование в графическом дизайне. Другими словами, ценность данного подхода к вопросу смыслообразования заключается в подчеркнутой связи между отбором объектов, трансформацией значений и выразительных средств графики. Синтез средств является характерной особенностью графического дизайнера, и представление общей картины дает возможность моделировать язык описания, соответствующий природе описываемых объектов – в данном случае произведений графического дизайнера. В аспекте рассмотрения тропических преобразований такой подход позволяет дополнить специфику их применения в графическом дизайне и выявить их влияние на формообразование.

Так, в работах Черневич и Стор на способ описания средств визуализации влияет специфический подход к вопросу визуализации содержания в графическом дизайне: если в первом случае исследователь ограничивается описанием содержательной, смысловой составляющей произведений графического дизайнера, не учитывая техники, манеры исполнения, что дает возможность полностью сосредоточиться на знаковых отношениях, то типология смыслообразований, по Стор, охватывает и связи между семантическим преобразованием и собственно графическим способом его реализации. И тот, и другой подход представляются значимыми для дальнейшего исследования специфики тропических преобразований. При этом ни в одной из работ не используется сам термин «троп», тем не менее семантические преобразования и типы смыслообразования включают такие понятия, как метафора, метонимия, аллегория, гротеск, гипербола (гиперболизация у Стор), относящиеся к тропическим преобразованиям, что позволяет говорить о тождественности понятий в данном контексте. Например, природа метафоры, обозначенной как семантическое преобразование или тип смыслообразования, не противоречит метафоре, рассматриваемой в качестве тропического преобразования. Исходя из вышесказанного, перечисленные выше понятия можно рассматривать в качестве тропов.

Таким образом, в проектной методологии графического дизайнера предложены способы использования тропических преобразований, особенности их функционирования в визуальной среде и их связь с выразительными средствами графического дизайнера (Стор). Тропы также предлагаются как один из возможных способов создания образа в практических пособиях по графическому дизайну (В. И. Лесняк «Графический дизайн, основы профессии» [7], А. В. Панкратова «Пропедевтика: теория композиции для графических дизайнеров» [10] и др.). Кроме того, теоретические вопросы, связанные с проблемой визуализации содержания, касающиеся или коррелирующие с аспектами рассмотрения тропических преобразований, представлены в исследованиях графического дизайнера, в частности дизайнера вообще и смежных с ним областей познания визуального (Е. Г. Бердичевский «Визуальная метафора в прикладном дизайне» [1], Е. В. Жердев «Особенности взаимодействия композиции и метафорической образности в контексте семиотики дизайнера» [3] и «Метафора в дизайне» [2], И. А. Розенсон «Основы теории дизайнера» [13], В. Ф. Петренко, Е. А. Коротченко, «Образная сфера в живописи и литературе. Визуальные аналоги литературных тропов» [11] и др.).

Тропы в проектной методологии представляются как один из возможных способов визуализации в графическом дизайне. Наиболее частыми в употреблении при анализе графических произведений, а также в методических пособиях являются следующие виды тропов: метафора, метонимия, аллегория, гротеск, сравнение, олицетворение, ирония, каламбур. Данный список может быть расширен в дальнейшем. В объяснении таких понятий, как «метафора», «аллегория» и т.п., исследователи обращаются к литературным аналогам, что указывает на преемственность терминологии. Тем не менее специфика функционирования тропов в визуальном языке графического дизайнера не может совпадать с их применением в вербальном языке, что и отмечено в работах Е. В. Черневич и И. Н. Стор. Исследование тропов в литературных аналогах служит отправной точкой для их теоретического и практического освоения в графическом дизайне.

Подводя итоги, необходимо отметить, что исследование тропов в отечественном графическом дизайне на данной стадии развития базируется на семиотически-коммуникативном подходе, за счет чего актуализируется знаковая природа тропов, характер семантических сдвигов, происходящих при определенном типе тропического преобразования. Что же касается коммуникативного аспекта вопроса, то тропы позиционируются как средство создания выразительного образа для достижения эффективной коммуникации. В связи с этим необходимо исследовать проблему создания образа при помощи тропов для достижения разных коммуникативных целей, реализуемых в проектировании продукта для конкретной целевой аудитории. Такая постановка вопроса предполагает обнаружение взаимосвязей графического дизайнера не только с семиотикой и коммуникацией, но и с риторикой. В зарубежном графическом дизайне уже накоплен достаточный опыт обращения к риторическому аспекту произведений графического дизайнера [17; 19; 22] и рассмотрению тропов в данном аспекте, но в отечественных разработках указанный вопрос остается открытым. Кроме того, исследование тропов в отечественном графическом дизайне носит скорее описательный характер, хотя и содержит некоторые методические рекомендации. В то же время систематизация методов создания композиций при помощи тропов, множества вариантов реализации содержания через использование разных видов и сочетаний тропических преобразований представляется научной проблемой, обладающей практической значимостью для проектирования на производстве и в учебном процессе, поскольку позволит существенно расширить «арсенал» выразительных

средств практикующего дизайнера. До сих пор практическое применение тропов в дизайне в большинстве случаев остается спонтанным проявлением художественного мышления, а не целенаправленным методом создания образа. Следовательно, требуется и разработка соответствующих критериев оценки релевантности использования тропических средств в ходе реализации конкретных проектировочных задач. Другим вопросом, требующим дальнейшего изучения, является анализ особенностей функционирования тропа в пределах визуальной и вербальной части произведения графического дизайна: при наличии в композиции изображения и вербального текста тропическое преобразование может происходить только в визуальной части, тогда как текст не будет содержать тропа (аналогично в противоположном случае); также троп может актуализироваться в условиях синтеза, взаимодействия вербального и визуального кодов произведения. Поиск взаимосвязей между вербальными и визуальными средствами выразительности относится к междисциплинарным исследованиям, значимым с практической точки зрения для создания комплексных мультимедийных произведений.

Что же касается специфики тропов в графическом дизайне, то в существующих теоретических исследованиях уже положено начало различению вербальных и визуальных тропов, тем не менее данный вопрос требует более тщательной проработки. Представляется возможным создание классификации тропов на основе противопоставления вербального и визуального тропов (например, вербальной метафоры и визуальной метафоры, вербальной гиперболы и визуальной гиперболы и т.д.). Разная природа вербальных и визуальных тропов в первую очередь основана на отличиях знаковых систем, в которых они реализуются, и разного восприятия вербального и визуального текстов. Так, если прочтение словесного текста происходит в большинстве случаев последовательно, то восприятие изображения, «прочтение» визуального текста, напротив, происходит одновременно. Симультанность восприятия влияет и на специфику реализации и декодирования, расшифровки визуального тропа. Кроме того, классификация тропических преобразований, основанная на подобном противопоставлении, обеспечит дизайнера необходимой теоретической информацией для использования вербальных и визуальных выразительных средств в комплексном продукте графического дизайна, содержащего, как правило, текст и изображение. Границы интерпретации тропов в графическом дизайне также относятся к важным аспектам рассмотрения специфики в графическом дизайне. Следовательно, необходимо изучить явление многозначности в тропах: по утверждению Черневич, с одной стороны, визуальные сигналы должны быть однозначно интерпретируемы [16, с. 9], но, с другой стороны, многозначность истолкования изображения с тропом может найти свое функциональное применение в зависимости от коммуникативной задачи, например, вызвать у зрителя множество ассоциаций одной тематической направленности. Примечательно, что любой аспект функционирования тропических средств так или иначе связан с контекстом, в котором происходит семантический сдвиг: влияние контекста на реализацию тропа соотносимо с влиянием визуальной среды, в которой существует графический знак. Контекст также определяет специфику воздействия тропа и его интерпретацию: то, как он будет воспринят читателем, собеседником или зрителем.

В перспективах дальнейшего изучения представленного вопроса является важным и применение результатов исследования на практике. Так, развитие данной теоретической проблемы обладает практической значимостью для использования методических рекомендаций в проектировании на производстве и в учебном процессе, разработки серии экспериментальных заданий для стимуляции художественного мышления студентов в ходе обучения, разработки комплексного подхода в проектировании, включающего формы работы с вербальными и визуальными выразительными средствами. Еще одной возможностью практического применения результатов исследования является формирование методологии анализа произведений графического дизайна, включающего использование тропов как специфических аналитических средств. Нарботка методологии и ее практическая реализация внесут существенный вклад в развитие критики графического дизайна. Кроме того, аналитическое рассмотрение композиций может быть задействовано в обучении дизайнера-графика. Поскольку проектирование включает аналитические и синтетические, творческие методы работы, то комплексный подход в изучении тропических средств, их применение в тесной связи с данными методологическими обоснованиями полностью соотносится с фундаментальными принципами графического дизайна. Стоит подчеркнуть, что изучение тропических преобразований в графическом дизайне в конечном итоге должно быть направлено на создание эффективной коммуникации.

В заключение следует сказать, что теоретическая разработка данной проблемы охватывает перечисленные и возможные новые вопросы, связанные с применением тропов в графическом дизайне, ценные для дальнейшего развития междисциплинарных исследований в сфере семиотики, коммуникации, риторики и графического дизайна.

Список источников

1. Бердичевский Е. Г. Визуальная метафора в прикладном дизайне // Сборники конференций НИЦ «Социосфера». 2012. № 9. С. 154-160.
2. Жердев Е. В. Метафора в дизайне: учебное пособие. М.: Архитектура С, 2010. 122 с.
3. Жердев Е. В. Особенности взаимодействия композиции и метафорической образности в контексте семиотики дизайна // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 1. С. 73-82.
4. Квинтилиан М. Ф. Марка Фабия Квинтилиана Двенадцать книг риторических наставлений: в 2-х т. / переведены с латинского Императорской Российской Академии членом Александром Никольским и оною Академиею изданы. СПб., 1834. Т. 2. 507 с.
5. Лаврентьев А. Н. Графика визуальной поэзии в творчестве Варвары Степановой [Электронный ресурс] // ДРУГИЕ: международный журнал визуальной поэзии. 2006. № 1. URL: http://visualpoetry.ru/arc/2006_1/lavrentev.html (дата обращения: 15.10.2017).

6. Лаврентьев А. Н. Маяковский – Родченко. Классика Конструктивизма. М.: Фортуна ЭЛ, 2000. 125 с.
7. Лесняк В. И. Графический дизайн, основы профессии. М.: Юпитер-Импэкс, 2011. 416 с.
8. Лотман Ю. М. Избранные статьи: в 3-х т. Таллин: Александра, 1992. Т. 1. Статьи по семиотике и типологии культуры. 479 с.
9. Медведев В. Ю. О теории дизайна в новой учебной литературе // Научные аспекты дизайна: сборник статей. СПб.: СПГУТД, 2014. С. 8-22.
10. Панкратова А. В. Пропедевтика: теория композиции для графических дизайнеров: методическое пособие к курсу «Пропедевтика (основы композиции)». Смоленск: Смоленск. гуманитар. ун-т., 2010. 60 с.
11. Петренко В. Ф., Коротченко Е. А. Образная сфера в живописи и литературе. Визуальные аналоги литературных тропов // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5. № 4. С. 19-40.
12. Пресняков О. П. Поэтика познания и творчества: теория словесности А. А. Потемни. М.: Художественная литература, 1980. 217 с.
13. Розенсон И. А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. СПб.: Питер, 2008. 219 с.
14. Розенталь Д. Э. Практическая стилистика русского языка: учеб. пособие для вузов. Изд-е 3-е, испр. и доп. М., Высшая школа, 1974. 352 с.
15. Стор И. Н. Смислообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов: учебное пособие для вузов. М.: МГТУ им. Косыгина, 2003. 296 с.
16. Черневич Е. В. Язык графического дизайна. М.: ВНИИТЭ, 1975. 137 с.
17. Buchanan R. Declaration by Design: Rhetoric, Argument, and Demonstration in Design Practice [Электронный ресурс] // JSTOR. URL: <http://www.jstor.org/stable/1511524> (дата обращения: 15.12.2017).
18. California Institute of the Arts [Электронный ресурс] // Coursera. URL: <https://www.coursera.org/learn/fundamentals-of-graphic-design> (дата обращения: 05.09.2017).
19. Defining Visual Rhetoric. 1st edition / ed. by Ch. A. Hill, M. Helmers. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1993. 355 p.
20. Golenda G. Visual Verbal Wit [Электронный ресурс]. URL: <http://www.initialsgg.com/Visual-Verbal-Wit> (дата обращения: 15.11.2017).
21. Lawrence R. S. Thinking Smaller: Bill Bernbach and the Creative Revolution in Advertising of the 1950s [Электронный ресурс] // Project MUSE. URL: <https://muse.jhu.edu/article/491080/summary> (дата обращения: 13.11.2017).
22. Meggs Ph. B., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 5th edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2016. 624 p.

TROPES IN THE PROJECT METHODOLOGY OF THE DOMESTIC GRAPHIC DESIGN OF THE XX-XXI CENTURIES

Pivovarova Nataliya Alekseevna

*St. Petersburg Stieglitz State Academy of Arts and Design
NTPIV@yandex.ru; pivovarovoy@gmail.com*

The article is devoted to the study of categories of tropes in graphic design. The preconditions for the actualization of the problem of studying tropes in the modern visual environment are indicated. The new formulation of the question of tropes implies its study as an independent problem of graphic design, significant in the context of finding additional creative resources and methods of forming an image in design. The author analyzes the approaches to the study and application of the trope transformations in the creation of visual communication. Based on the analysis, the conclusions are drawn about the degree of the question elaboration, the specific use of the tropes and the prospects for their further study in graphic design.

Key words and phrases: graphic design; semiotics; visual text; verbal text; communication; tropes.

УДК 2-1

Философские науки

В статье на основании изучения философских и социологических источников предпринято исследование содержания и функционирования концепта «урбанизированная среда» как цивилизационного феномена, наследующего наряду с социально-духовными достижениями противоречия цивилизационного устройства. Анализируя механизм функционирования городских структур и разных сфер жизни в полисной среде, автор приходит к заключению об опосредованном характере урбанизированных структурных образований, проявлении и стойкой объективации их отчужденной сущности в поведении и сознании личности горожанина.

Ключевые слова и фразы: горожанин; разьединение; урбанизированная среда; отчуждение; феноменальная урбанизированная опосредованность; урбанистические противоречия; цивилизационный феномен.

Политкина Каринэ Ивановна, к. филос. н., доцент
*Пятигорский государственный университет
karen717@yandex.ru*

УРБАНИЗИРОВАННАЯ СРЕДА КАК УЗЕЛ ОПОСРЕДОВАННЫХ ПРОТИВОРЕЧИЙ (ФИЛОСОФСКО-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)

Истоки постановки вопроса о сущности урбанизированной среды следует искать в философской традиции XVIII-XX вв. и социологическом наследии конца XIX – начала XX столетия. Мы рассматриваем