

И. В. Никитина

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОБРАЗНЫЕ ФОРМЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА КАК ФАКТОР ВОЗРАСТАНИЯ РОЛИ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Данная статья посвящена выявлению взаимосвязи между компонентами дизайна и текстами культуры, получившими образное воплощение с помощью его графических средств. В ней охарактеризована роль творческой деятельности в контексте визуальной культуры. Делается вывод о том, что существующие в практике дизайна унифицированные шаблонные формы служат явным выражением непродуктивного использования ее ресурсов в информационном обществе.

Ключевые слова: визуальная культура, графические средства, графический дизайн, знак, символ, стереотип, текст культуры, художественный образ, шаблонные формы.

I. V. Nikitina

IMAGES OF ART FORMS OF GRAPHIC DESIGN AS A ROLE FACTOR OF RISING THE VISUAL CULTURE IN INFORMATION SOCIETY

This article is dedicated to the exposure of the interrelation between the components of design and culture texts projected by means of graphics. It describes the role of the creative activity in the context of visual culture. It can be concluded that the unitized template forms in the design practice serve as a vivid expression of the nonproductive usage of the activity resources in the information society.

Keywords: visual culture, graphic means, graphic design, sign, symbol, stereotype, text of culture, artistic image, template forms.

Феномен визуальной культуры, поле деятельности которого формируется в рамках глобальных изменений, происходящих в современном обществе, является предметом рассмотрения целого спектра гуманитарных наук (философии, культурологии, искусствоведения, психологии, эстетики и др.). Его становление в качестве самостоятельного понятия теории и практики связывают с концом XX века. Этот период они сопоставляют, прежде всего, с переходом от индустриального общества к постиндустриальной форме его развития. Данное преобразование обусловлено модификацией характера его структуры. Оно не влечет к радикальным изменениям его конфигурации в целом, влияет лишь на определенные факторы. Среди компонентов таких перемен Д. Белл выделил сдвиг от обрабатывающих отраслей к сфере услуг в экономике, утверж-

дение ведущей роли основанных на науке отраслей промышленности в технологии производства, возникновение нового принципа стратификации в социологическом измерении [5, с. 661]. Свидетельством этого события явилось сращивание разноплановых понятий текста и образа, их взаимообусловленный переход из одного качественного состояния в другое. Это наблюдалось в процессе трансформации знаковой единицы, зафиксированной с помощью кодов и символов алфавита в письменном документе, в абстрактное визуальное выражение. Данные преобразования составляют основу возрастания роли визуальной культуры на фоне активно внедряемого в современное общество информационного воспроизводства. Как следствие, общая текущая тенденция, связанная с переходом от господства слова к доминированию образа, усиливается.

Современное понимание феномена визуальной культуры неотделимо от понятий визуальности и визуализации. По мнению М. Смита, выраженному в исследовании «Изучение визуальной культуры», оно сводится к анализу предметов, артефактов, средств массовой информации настоящей и будущей культуры. Среди них данный автор выделил такие виды творческой деятельности, как фотография и кино. Также он указал модификации информации и товарного обращения, в частности интернет, видео- и графическую рекламу [18]. Перечисленные объекты имеют общее основание. Это проявилось в наличии визуального ряда, раскадровки в их структурах. Данные системы состоят как из простых знаковых элементов, так и сложных, составных графических художественных образных форм. Они содержат информацию о нормах, традициях, ценностях определенной культуры, актуальных в ее рамках общественных тенденциях. Таким образом получается, что современное понимание визуальной культуры напрямую связано с политически мотивированными вопросами и проблемами, состоянием государственной экономики.

Феномен визуальной культуры следует рассматривать не только как основу развивающегося информационного общества, а, прежде всего, как понятие, структура которого представлена совокупностью образных компонентов различных традиционных групп. Это обусловлено тем, что процесс постиндустриализации неотделим от явления коммуникации. Визуальные элементы, фигурирующие в объектах современной культуры, предназначены для выявления факторов развития искусства, формирования взаимосвязи между его видами. Наиболее значимым из них является дизайн, поскольку данная область творческой деятельности оперирует графическими компонентами, знаковое выражение которых связано с передачей как вербальной, так и невербальной инфор-

мации. С одной стороны, это проявилось в выявлении черт художественных образцов, благодаря которым процесс трансформации текстов культуры в объект оптического феномена стал эффективнее. С другой стороны, истинное значение вербальной информации нивелируется, так как ее образное выражение наделено дизайнером-графиком новым, интерпретированным им смыслом. Это связано с формированием стереотипов, шаблонных форм визуальной культуры, распространяемых средствами полиграфии и рекламы в обществе, внедряемых в массовое сознание. Поэтому выявление причин, следствием которых является неустойчивость связи между образным феноменом и образцами практики графической деятельности, связано с проблемой, выраженной в недостаточной эффективности дизайнерских разработок как в прагматическом (коммерческом, рекламном, политическом, экономическом, эстетическом), так и мировоззренчески-воспитательном аспектах. Основная задача нашего исследования сводится к тому, чтобы охарактеризовать значение символов графического дизайна в процессе возрастания роли визуальной культуры, указать факторы, средствами которых обеспечена взаимосвязь изобразительных элементов и текстов культуры.

Выявление специфики интересующего нас образного феномена культуры заключается не только в характеристике его компонентов, но и в анализе мнений авторов спектра гуманитарных наук Р. Арнхейма, К. Беккера, О. И. Генисаретского, К. Кнорре, В. М. Розина, М. Смита о понятиях визуального и визуализации, об их роли в информационном обществе. Рассуждая о термине оптического феномена, культурологи рассмотрели его как явление, формирующееся под влиянием доминирующей в современном обществе тенденции визуализации культурных текстов. Беккером К. сделано важное замечание о том, что «визуальная культура является

основным средством самоидентификации человека» [4, с. 57]. Данный автор соотнес значение интересующего нас феномена со спецификой проектировочной деятельности. Он отметил, что визуальные воплощения этого явления необходимы дизайнеру-профессионалу как инструменты для создания не только максимально эффективных, но и высокохудожественных произведений. Смит М. описал термин визуального феномена как «набор тематической индивидуальности и общинных проблем вокруг способов, которые политически мотивированны» [18]. Этот автор указал на то, что данное явление связано с производством, распространением и использованием изображения для строительства, укрепления сопротивления и свержения артикуляций различных онтологий. По мнению В. М. Розина, этимология визуального феномена складывается из терминов «визуальный» и «видение», заимствованных из английского языка и обозначенных как «visual» и «vision». Так, понятие «визуальный», с одной стороны, рассмотрено им в качестве изображения и зрительного ряда. С другой стороны, оно является синонимом слов «наглядный», «образный». Понятие «видение» соответствует таким терминам, как «проникновение», «проницательность», «предвидение», «прекрасное зрелище», «красивый вид». Оно сопоставимо с выражениями «являть взору или воображению», «видеть в воображении», «представлять себе мысленно», «воображать что-либо» [15, с. 9]. Интерпретация термина «визуализация» соответствует представлению физического явления или процессу в форме, удобной для зрительного восприятия [9]. Также он связан с выражением «метод представления информации». Это соотносится с оптически изображенными в виде рисунков, фотографий, графиков, диаграмм, структурных схем, таблиц, карт [8]. Обратим внимание на то, что в перечисленных «...смысловых

значениях “визуального” улавливается что-то сходное, какое-то единство; чувствуется, что все они получены в результате единого движения мысли, развиваются частично в связи друг с другом, используются в решении в некотором роде близких проблем и задач» [15, с. 10]. Исследовав происхождение визуального феномена, В. М. Розин связал его свойства и процесс реализации в материале с деятельностью человека. По его мнению, специфика подобных явлений культуры обусловлена развитием глобальных общественных процессов, таких как массовое искусство, постиндустриализация. Таким образом, исследуемый визуальный феномен охарактеризуем по ряду признаков:

- в рассмотренных работах данное явление трактуется как разновидность человеческой деятельности, созданной для формирования изобразительных элементов, передающих содержание процессов, отраженных в текстах культуры;
- в анализируемых подходах авторы книг и статей сделали акцент на его специфике, отметив, что она обусловлена сочетанием методов представления информации и средств самоидентификации человека;
- в трактовке термина визуальной культуры исследователи придерживаются единой линии. Она сводится к тому, что анализируемый феномен связан с решением политически мотивированных вопросов и проблем, возникающих в рамках различных культур, через представление текста визуально-образными средствами.

Специфику компонентов визуальной культуры необходимо изучать, применяя не только культурологические средства, но и искусствоведческие. Так, например, В. П. Зинченко в публикации «Формирование зрительного образа», так же как и В. М. Розин, подчеркнул, что выявить смысл «визуального» возможно, если определять это понятие через человеческую дея-

тельность. Формулируя его дефиницию, В. П. Зинченко отметил то, что этот термин связан с ней такими признаками, как формирование, моделирование, конструирование, проектирование. Он соотнес его с «человеческой деятельностью, продуктом которой является формирование новых образов, визуальных форм, несущих определенную смысловую нагрузку, делающих значение видимым» (цит. по [15, с. 10]). Практики дизайна и искусствоведы рассмотрели визуальную культуру как совокупность невербальных компонентов, образных элементов, которыми она оперирует. Кнорре К. описал ее как «область, развивающую способности восприятия образов, умение их анализировать, интерпретировать, оценивать, сопоставлять, создавать на этой основе индивидуальные художественные артефакты» [12, с. 34]. Обратим внимание на то, что в структуре дефиниции оптического феномена данный автор не указал критерий реализации, предполагающий выявление конкретных примеров (рисунки, фотографии, графики и пр.), не описал связи с другими элементами культуры и искусства. Среди компонентов, которые следует включить в содержание определения визуального явления, Р. Арнхейм выделил художественную ценность, связанную с формированием творческой составляющей, лабильность как процесс, в чьих рамках требуется активное вмешательство со стороны реципиента [1, с. 184]. Ссылаясь на данные, приведенные в его работе, интересующий нас феномен, на первый взгляд, охарактеризуем в качестве области художественной деятельности, оперирующей творческими потребительскими актами как способами формирования изобразительных элементов, предназначенных для упрощения восприятия вербализованного знания и удовлетворения потребностей реципиента. К интерпретации визуальной культуры через процесс художественно-образного моделирования подошел О. И. Генисаретский. По его мне-

нию, термины культуры, визуальной и проектной, с одной стороны, тождественны. Это проявилось в их общей основе. Во-первых, их объединяет вышестоящее понятие «категория творчества». Во-вторых, данные термины связаны с формированием образов в виде рисунков, графиков, диаграмм. В-третьих, эти понятия обусловлены целью реализации, выраженной в удовлетворении потребностей человека и общества. С другой стороны, охарактеризовав проектную культуру, как «высший уровень сферы дизайна, надстраивающийся над текущим проектным процессом преобразования или воссоздания среды, над такими его составляющими, как проектирующие сообщества, проектное хозяйство <...> над инфраструктурой дизайна, то есть функциональными службами, обеспечивающими нормальное течение проектного процесса», О. И. Генисаретский наметил некоторые расхождения в исследуемых нами явлениях [10, с. 52]. Во-первых, «визуальная культура» является областью культуры, где осуществляется трансформация «слова» в «образ», то есть наблюдается тенденция ее визуализации. «Проектная культура» как категория творчества, напротив, связана с формированием образов в дизайне. Во-вторых, функциональное назначение визуальной культуры сводится к анализу, оценке художественных артефактов, созданных из текстов культуры. Специфика проектной культуры, как и графического дизайна, обусловлена процессом преобразования и воссоздания среды, в которой существует человек, с помощью образных элементов. Данное сопоставление является свидетельством того, что культура проектная представляет обширный пласт, творческую деятельность, чьи компоненты формируют визуальный феномен в целом. Как следствие, наблюдается взаимосвязь между знаками графического дизайна и образными элементами, составляющими информационное поле визуальной культуры.

Суммируя перечисленные искусствоведскими и дизайнерами доводы, охарактеризуем явление визуальной культуры с нескольких позиций:

- в анализируемых мнениях оно фигурирует как область художественной деятельности, задачи которой, прежде всего, связаны с воспроизводством элементов, необходимых реципиенту для исполнения потребительских актов, реализацией способности восприятия образов;

- в приведенных доводах авторы сделали акцент либо на профессиональном художественном проектировании артефактов, составляющих основу визуальной культуры, либо на знаках и символах, интерпретирующих тексты культуры упрощенно, доступно для массового восприятия.

Таким образом, визуальный феномен имеет множество существующих трансформаций. К числу основных факторов, разделяющих сущность этого явления на категории прекрасного и высокого, политически мотивированного и массового, относится функциональное назначение:

1. Теоретическое осмысление терминов «визуальное», «визуализация» послужило причиной формирования специфики, оформляющегося в самостоятельное явление визуального феномена. Оно связано с реализацией творческих и потребительских актов, с удовлетворением общественного сознания массовой продукцией, индивидуального – художественными артефактами;

2. Возникновение понятия визуальной культуры стало следствием человеческой деятельности и результатом развития способностей к моделированию образов, к их восприятию, анализу, трактовке, интерпретации. Этот термин является определяющим как в области культуры, так и в сфере художественного творчества, поскольку обусловлен методами представления информации для производства и распространения изображений;

3. Становление визуальной культуры связано с необходимостью преобразовывать тексты в доступные реципиенту образы, визуализировать их как рисунки, графики, диаграммы, фотографии, видеофайлы, интернет-ресурсы;

4. Формирование структуры оптического феномена обусловлено проявлениями творческой деятельности, ее художественными образными формами.

Об основах актуальной в обществе тенденции преобладания образов над текстами культуры мы узнаем из работ современных западных теоретиков постмодерна Ж. Бодрийера и М. Фуко. Ее особенности проявляются в анализе характера взаимодействия между оптическими компонентами и символами текстов, между видимыми изображениями и визуальностью в целом, формами в искусстве и элементами визуальной культуры.

Как мы видим, теоретическое воззрение Ж. Бодрийера основано на принципах наметившейся тенденции гиперреальности, связанной с угасающим производством, перерастающим в воспроизводство. Во-первых, это проявилось в спекуляции действительностью, внутри которой существует человек. Производство ценностей и товаров становится не актуальным. Его заменяет воссоздание искусственного информационного пространства, состоящего из зыбких образов и моделей, нивелирующего традиционные культурные формы реальности. Это связано с тем, что эпохе промышленных машин соответствовали рациональные и функциональные механизмы человеческого сознания. Современный период алеаторных машин, основанных на принципе кодирования, напротив, предполагает работу бессознательно мышления [6, с. 48]. Во-вторых, общество стремится к искусственному воссозданию реальной действительности. В ее рамках сохраняются черты традиционного производства. В работах Ж. Бодрийера мы видим, что

эта новая среда является лишь слабым его отражением, поскольку из реального «исчезли весь смысл и весь шарм, вся глубина и энергия репрезентации» [7]. По его мнению, художник-проектировщик, применяя эффект визуальной реальности для воспроизведения существующего текста, вместо объекта такой репрезентации получает новую форму. Ее конструкция соответствует отрицанию, уничтожению истинного, воплощению над- и гиперреального. С одной стороны, рассматриваемый нами феномен визуализации, трактуется Ж. Бодрийяром как высокая стадия развития современного общества, поскольку в ней «стирается и уже само противоречие реального и воображаемого» [6, с. 165]. При выходе существующей реальности на уровень чистого самоповторения структура визуальной интерпретации схемы дублируемого текста культуры становится аллегоричной. С другой стороны, вокруг ее имитации образуется вакуум. Его пространство является уровнем, где реальность замещается «объективностью чистого взгляда <...>, которая освободилась от объекта, сделала его лишь слепым ретранслятором осматривающего его взгляда» [6, с. 166]. Как следствие, смысл интерпретируемого текста, представленного в виде некой целостности, ограниченного знаковым выражением, искажается визуальными образами в воссозданной реальности, объект становится фрагментарным. В трудах Ж. Бодрийяра намечена тенденция коренного преобразования действительности в образный эффект, внедряемый в сознание реципиента. Она соответствует упрощенному восприятию художественного текста культуры, связана с его нивелированием как полноценного произведения искусства, с формированием шаблонных форм.

Исследование М. Фуко, напротив, основано на сближении культурного текста и фигур (образных выражений). Он свел его не к утрате истинного смысла интерпрети-

руемого явления в пользу гиперреальности, а к выявлению форм подобия между ними. Ядром работы этого автора является промежуточное звено – изобразительная каллиграмма – между элементами которой происходит процесс художественной трактовки и воплощения текста в образ. Ее функциональное назначение сводится к тому, чтобы сократить существенный разрыв между понятиями «воспроизводить – говорить, имитировать – обозначать, смотреть – читать» [17, с. 16]. Это наблюдается в совокупности следующих факторов:

- во-первых, задача компонентов каллиграммы связана с тем, чтобы каждому объекту придать двойное начертание. Это проявляется в интерпретации высказывания средствами пространства, в котором существует фигура, как некий образ. Дизайнеры, прибегая к свойствам каллиграммы, с помощью рисунка, изображения передают точный смысл текста;

- во-вторых, она связана с воссозданием образов с помощью простейших графических средств (линий, пятен, точек). Поскольку буква, запечатленная в знаковой форме, обусловлена фиксацией слов, то, выраженная линейно, она изображает конкретную вещь;

- в-третьих, каллиграмма, является связующим звеном в процессе возвращения письма в пространство, «уже лишившееся безразличности, пассивной открытости и белизны бумаги» [17, с. 16]. Она создана для того, что бы сделать «из рисунка тонкую оболочку, которую нужно проткнуть, дабы проследить, слово за словом, истечение заполнявшего его внутренность текста» [17, с. 16].

По мнению М. Фуко, в информационном обществе слова получили возможность визуального выражения, представления конкретной мысли в виде абстрактного рисунка. Данное основание связано с дублированием существующей мысли, как словами, так и образами, но не тривиально, со

стороны фасада, а реально – опираясь на ее структуру [16, с. 110]. Визуализация культурного текста соотносится с языком образов, выделяя его среди существующих знаков и кодов, «позволяя ему играть в представлении решающую роль», поскольку с его помощью у общества появляется возможность «анализировать представление согласно строго последовательному порядку» [16, с. 114]. Он выстраивается по следующей схеме:

- образы, которые базируются на сформированных ранее фразах, текстах, следуют во времени друг за другом, образуя целостную картину;

- все элементы анализируемого нами представления изначально даны как цельный объект, по одному они выделяются только рефлексивно [16, с. 114].

Как следствие, язык текстов переходит в образное решение, благодаря разработанной художниками форме подобия между интерпретируемым понятием и интерпретатором. Соотнесем обозначенную трансформацию с уровнем, на котором происходит взаимодействие компонентов дизайна с визуальной культурой. Здесь найденный образ-изображение выступает в роли эталонного образца. Так, в современном информационном поле осуществляется апробация нового продукта. Он создан обществом для удобства восприятия и трактовки кодов и особенностей определенной культуры, внедрения действенной идеологии, формирования мировоззрения. Это проявилось в попытках увеличить количество визуально-образных компонентов интернациональной системы знаков, создать насыщенный информационный поток, ускоряющий темпы развития общества. Описанный уровень имеет и обратную сторону. В ней наблюдается неустойчивость связи между визуальной культурой и образцами практики графической деятельности. Это связано с переходом образа-изображения, существующего в качестве эталонного об-

разца в разряд шаблонных форм. Данный вид визуальных выражений лежит в основе вторичного творчества, метода воссоздания новых объектов по образцу существующих интернациональных аналогов, эмоционально нейтральных для конкретной культуры. Внедряемые в современное информационное общество штампы и клише являются формами, препятствующими постижению истинного смысла, вложенного в культурный текст. Его содержание искажается автором-разработчиком образов-шаблонов сознательно для продвижения экономически выгодных рекламных целей и политических задач.

В проанализированных мнениях Ж. Бодрийера и М. Фуко частично отражена проблематика, характеризующая связь визуальных явлений с художественными формами различных традиционных культур. Они выражены в знаках, символах, наполняющих систему графического дизайна. Специфика этой творческой проектной деятельности, прежде всего, обусловлена инновационным вкладом в развитие социально-экономической и культурной сфер. Исследование семиотики графического дизайна в виде знаковой системы связано с закономерностями проектирования визуальной коммуникации [11]. В ее основе лежит символ, получающий визуальное воплощение с помощью художественного образа. Поскольку он обладает как содержательными, смысловыми (изображения, знаки, текст, предметы), так и формальными, формообразующими (композиционное решение, графика, колорит и др.) средствами, то, применяя его в своей работе, художник-дизайнер формирует визуальный ландшафт современности. Это связано с тем, что художественный образ, являясь категорией эстетики, творчества в изобразительном искусстве, одновременно служит компонентом культуры. В культурологическом словаре он описан подобно явлению, возникшему «как результат запечатления одного объек-

та в другом, выступающем в качестве воспринимательной формации – духовной или физической» [13, с. 322]. Как правило, образ фигурирует в произведении в качестве мысли, фразы, действующего персонажа, события, имеет текстовое описание. Он выражен графически набором букв, которые составляют алфавит, используемый в конкретном обществе. В результате трансформации средствами проектной деятельности, художественный образ получает визуальное выражение. Это наблюдается в процессе усиления современной тенденции, где тексты культуры переводятся художниками, дизайнерами в изобразительный ряд. Учитывая новый доминирующий фактор, образ следует трактовать, как элемент культуры, категорию творчества в изобразительном искусстве, связанную с воспроизведением, осмыслением, истолкованием жизни с помощью эстетически выразительных объектов (картины, скульптуры, графические изображения и др.). Так формируется новый визуальный язык, выражающий сложную форму организации изобразительных элементов. Он является проводником между мыслью, изложенной автором в письменной форме, и способностью реципиента к ее восприятию. Как следствие, влияние художественных образных форм графического дизайна на возрастание роли визуальной культуры в постиндустриальном обществе становится явным. Это обусловлено тем, что в основе исследуемого нами оптического феномена находится совокупность графических элементов знаковой системы проектной деятельности. Описать процесс формирования ее элементов мы сможем, обратившись к положениям семиотики. В ее рамках, с одной стороны, рассматривается проблема, связанная с соотношением структурных и генетических элементов в теоретических аспектах коммуникативной деятельности. С другой стороны, анализируется вопрос о преобразовании об-

разных элементов графического дизайна из абстрактной формы в материальные объекты.

Исследуя специфику коммуникативной деятельности, мы опираемся на основополагающую концепцию Ю. М. Лотмана о семиотике культуры, о совокупности ее механизмов, о принципах их функционирования. В работе «Семиосфера» он описал процесс возникновения образных компонентов, наполняющих знаковые системы графического дизайна. Он рассмотрел влияние семиотической структуры устной культуры на формирование ее визуальных элементов. Как мы видим в исследовании данного автора, графические компоненты являются емкими средствами для передачи информации, выражают совокупность смыслов и ценностей, сложившихся в традиционном обществе [14, с. 8, 9]. Вариативность их прочтения не произвольна, она зависит от нравов, обычаев, формирующих эстетический уровень культуры. Она связана с семиотикой графического дизайна, его знаковой системой, вырабатывающей закономерности конструирования различных коммуникаций. По мнению Ю. М. Лотмана: «Знаки, разрабатываемые художниками, аккумулируют в себе социально значимую информацию» [14, с. 10]. Также он обращался к описанию этапов генерации новых знаков в культуре, к исследованию их свойств. Проанализировав динамику коммуникативного процесса, Ю. М. Лотман отметил то, что «она определяет постоянное возникновение все новых и новых знаковых систем и перестановку их доминант. Жесты, танец, различные виды искусств по очереди сменяют друг друга в роли руководителей семиотического процесса. В реальности движение осуществляется как постоянный обмен: восприятие чужих систем, сопровождающееся переводом их на свой язык» [14, с. 658].

Анализируя вопрос о преобразовании абстрактных форм в материальные объекты, ценные сведения мы находим в иссле-

довании Г. С. Баранова. Рассмотрев процесс формирования визуального образа через синтез концептуальных и образных представлений в различных социальных структурах, он описал его семантические особенности, представил специфику его функционального назначения в виде системы графического языка [2, с. 168]. Итоги исследования, посвященного описанию процесса преобразования образных элементов из абстрактной формы в визуальное выражение, подвел Р. Барт. Оно связано с формированием правил для трансформации одного целостного объекта в другой, реконструкцией смысловой системы образа. По мнению Р. Барта: «Любое изображение состоит из знаков. В рекламном изображении эти знаки обладают особой полнотой, они спроектированы предельно выразительно для наиболее точной интерпретации их смысла» [3, с. 298]. Так теории, гипотезы, законы, причинно-следственные связи в процессе интерпретации становятся идеальными информационно насыщенными моделями, выраженными визуально. Они приобретают графические формы в виде логотипов, товарных и иконических знаков, пиктографии. Как следствие, данная символика является значимым компонентом, обуславливающим процесс формирования информационного поля визуальной культуры.

Подходы к трактовке понятий визуальности, оптического феномена и выявлению возрастания его роли обусловлены основанием, наделенным противоречивым содержанием. Это проявилось в том, что в структуре визуальной культуры присутствуют не только национальные знаковые компоненты, но и унифицированные однотипные элементы. Преобладание ее образов-изображений в информационном обществе связано как с упрощением возможности восприятия смысла, вложенного автором в текст интерпретируемого произведения, так и с неоднозначной его трактовкой, противоречащей истинному

содержанию. В процессе взаимодействия визуальной культуры с образцами практики графического дизайна наблюдается положительная динамика. С одной стороны, она обусловлена возросшей функциональностью в процессе коммуникации. Это проявилось в удобочитаемости сообщения, закодированного с помощью изобразительного ряда, увеличением скорости передачи информации. С другой стороны, она связана с возможностью восприятия смысла единого культурного текста в рамках различных традиционных обществ. Это наблюдалось в использовании схожей, интернациональной образной символики в передаваемом визуальном сообщении.

В рамках данного исследования мы описали процесс взаимосвязи образных элементов и текстов культуры. Во-первых, он связан с таким фактором, как функциональность. Это проявилось в наполнении знаковых систем, существующих в коммуникативном пространстве, новыми графическими компонентами. К ним следует отнести не только эталонные образцы, но и схематичные шаблонные формы, штампы. Так, текстовая информация становится емкой, сжатой, ее восприятие реципиентом упрощается, поскольку, рефлексируя, автор-художник берет часть процесса интерпретации под свою ответственность. Во-вторых, в совокупности с первым пунктом, взаимосвязь образов и текстов культуры сопровождается явлением коммуникативности. Данный фактор обусловлен возросшей интенсивностью процесса передачи и распространения информации за счет внедрения в национальные символические системы интернациональных, общедоступных компонентов. В-третьих, рассмотренная нами тенденция визуализации, обусловлена фактором мотивации. Это проявилось в том, что значение интерпретируемых образно текстов культуры, прежде всего, связано с преломлением их смысла в соответствии с политическими установка-

ми, действующими в конкретном обществе. Как следствие, графические компоненты визуальной культуры становятся частью образного метода, ведущего к достижению намеченной цели, формированию идеалов в массовом сознании.

Главным результатом проведенного анализа следует считать то, что художественные образные знаки графического дизайна напрямую связаны с формированием визуальной культуры в рамках развивающегося информационного общества. Этот факт обусловлен тем, что они являются неотъемлемым компонентом оптического феномена, обеспечивающим его качественный уровень. Но

существующие в практике примеры, представленные в виде изобразительных элементов и художественно-образных решений, как правило, продолжают служить явным выражением непродуктивного использования ресурсов творческой графической деятельности. Поэтому связь, существующая между визуальными производными дизайна и оптической культурой в целом, по-прежнему является неустойчивой. Данное явление связано с отсутствием критериев эффективности для графического проектирования с точки зрения взаимодействия элементов, используемых носителями национальных культур, и символов интернациональной системы знаков.

Литература

1. Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. – М., 1974. – 392 с.
2. Баранов Г. С. Понятие и образ в структуре социальной теории. – Томск: ТГУ, 1991. – 172 с.
3. Барт Р. Риторика образа // Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Прогресс, 1994. – С. 297–318.
4. Беккер К. Словарь тактической реальности. – М.: Ультракультура, 2004. – 212 с.
5. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. – М.: Академия, 1999. – 782 с.
6. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М.: Добросвет, 2000. – 387 с.
7. Бодрийяр Ж. [Электронный ресурс] // Симулякры и симуляции. – Режим доступа: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml (дата обращения: 24.09.2011).
8. Визуализация [Электронный ресурс] // Википедия. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/840376> (дата обращения: 24.03.2011).
9. Визуализация [Электронный ресурс] // Новый словарь иностранных слов: статья. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/43914 (дата обращения: 11.03.2011).
10. Генисаретский О. И. Образ и пространство // Художественное проектирование: сб. ст. – М.: Советский художник, 1987. – С. 147–163.
11. Графический дизайн [Электронный ресурс] // Википедия: статья. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 15.06.2010).
12. Кнорре К. Наружная реклама. – М., 2002. – 192 с.: ил.
13. Культурология. XX век. Словарь. – СПб.: Университ. книга, 1997. – 640 с.
14. Лотман Ю. М. Семиосфера. – СПб., 2000. – 704 с.
15. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие: как человек видит и понимает мир. – М.: УРСС, 2009. – 269 с.
16. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / пер. с фр. В. П. Визгин, Н. С. Автономова. – СПб.: Талисман, 1994. – 403 с.
17. Фуко М. Это не трубка. – М.: Художественный журнал, 1999. – 143 с.
18. Smith M. Visual Culture Studies [Электронный ресурс] // Книга, 2008. – Режим доступа: <http://www.journalofvisualculture.org/wp-content/uploads/2010/05/Visual-Culture-Studies-Interviews.pdf> (дата обращения: 16.11.2010).

Literatura

1. Arnhejm R. Iskusstvo i vizual'noe vosprijatie. – M., 1974. – 392 s.
2. Baranov G. S. Ponjatie i obraz v strukture social'noj teorii. – Tomsk: TGU, 1991. – 172 s.
3. Bart R. Ritorika obraza // Bart R. Izbrannye raboty: Semiotika. Pojetika. – M.: Progress, 1994. – S. 297–318.
4. Bekker K. Slovar' takticheskoy real'nosti. – M.: Ul'trakul'tura, 2004. – 212 s.
5. Bell D. Grjaduwee postindustrial'noe obwestvo. – M.: Akademija, 1999. – 782 s.
6. Bodrijjar Zh. Simvolicheskij obmen i smert'. – M.: Dobrosvet, 2000. – 387 s.
7. Bodrijjar Zh. [Jelektronnyj resurs] // Simuljakry i simuljarii. – Rezhim dostupa: http://lit.lib.ru/k/kachalow_a/simulacres_et_simulation.shtml (data obrawenija: 24.09.2011).
8. Vizualizacija [Jelektronnyj resurs] // Vikipedija. – Rezhim dostupa: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/840376> (data obrawenija: 24.03.2011).
9. Vizualizacija [Jelektronnyj resurs] // Novyj slovar' inostrannyh slov: stat'ja. – Rezhim dostupa: http://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/43914 (data obrawenija: 11.03.2011).
10. Genisaretskij O. I. Obraz i prostranstvo // Hudozhestvennoe proektirovanie: sb. st. – M.: Sovetskij hudozhnik, 1987. – S. 147–163.
11. Graficheskij dizajn [Jelektronnyj resurs] // Vikipedija: stat'ja. – Rezhim dostupa: <http://ru.wikipedia.org> (data obrawenija: 15.06.2010).
12. Knorre K. Naruzhnaja reklama. – M., 2002. – 192 s.: il.
13. Kul'turologija. XX vek. Slovar'. – SPb.: Universitet. kniga, 1997. – 640 s.
14. Lotman Ju. M. Semiosfera. – SPb., 2000. – 704 s.
15. Rozin V. M. Vizual'naja kul'tura i vosprijatie: kak chelovek vidit i ponimaet mir. – M.: URSS, 2009. – 269 s.
16. Fuko M. Slova i wewi. Arheologija gumanitarnyh nauk / per. s fr. V. P. Vizgin, N. S. Avtonomova. – SPb.: Talisman, 1994. – 403 s.
17. Fuko M. Jeto ne trubka. – M.: Hudozhestvennyj zhurnal, 1999. – 143 s.
18. Smith M. Visual Culture Studies [Jelektronnyj resurs] // Kniga, 2008. – Rezhim dostupa: <http://www.journalofvisualculture.org/wp-content/uploads/2010/05/Visual-Culture-Studies-Interviews.pdf> (data obrawenija: 16.11.2010).