

они отражают не современное переживающее распад общество и психику, а извечный неиссякаемый источник, благодаря которому общество может возрождаться. Герой как человек настоящего умирает; но как человек вечности – совершенный, ничем не ограниченный, универсальный – он возрождается» [6; с. 19].

Каждая эпоха и каждая культура нуждается в появлении абсолютного героя, героя-спасителя, мессии. Дон Кихот является трансформацией архетипа героя в эпоху гуманизма, когда великанов, чудовищ, драконов, с которыми традиция призывала бороться героев, нет. Меняется облик противника. Дон Кихот, сражающийся с ветряными мельницами, кажется смешным, но то, что он противопоставит злу цивилизации, порокам, порожденным ею, является не менее героичным, чем победа над циклопами. Дон Кихот стал «извечным», «неиссякаемым» источником добра и справедливости.

Источники и литература:

1. Аверинцев С. С. «Аналитическая психология» К. Г. Юнга и закономерности фантазии / С. С. Аверинцев // О современной буржуазной эстетике : сб. статей / ред. Ю. Кашкаров. – М. : Искусство, 1972. – Вып. 3. – С. 110-156.
2. Архетип : культурологический альманах / отв. ред. С. Б. Борисов. – Шадринск : Изд-во Шадринского пед. ин-та, 1996. – 123 с.
3. Берестовская Д. С. Философско-этический анализ категории героического в современной художественной прозе писателей фронтового поколения / Д. С. Берестовская. – Симферополь, 1990. – 121 с.
4. Берестовская Д. С. Героическое и трагическое в литературе о Великой Отечественной войне: (по страницам книг писателей-фронтовиков) / Д. С. Берестовская. – Симферополь : ДиАйПи, 2005. – 119 с.
5. Кереньи К. К. Трикстер и древнегреческая мифология / К. К. Кереньи // Трикстер. Исследование мифов северо-американских индейцев с комментариями К. Г. Юнга и К. К. Кереньи / П. Радин; пер. с англ. В. В. Кирюшенко; под ред. А. В. Тавровского. – СПб. : Евразия, 1999. – С. 241-265.
6. Кэмпбелл Дж. Тысячеликий герой / Дж. Кэмпбелл; пер. с англ. А. П. Хомик; ред. С. Н. Иващенко. – М. : Ваклер; Рефл-бук; АСТ, 1997. – 226 с.
7. Мелетинский Е. М. Избранные статьи. Воспоминания / Е. М. Мелетинский; отв. ред. Е. С. Ноник. – М. : Российск. гос. гуманит. ун-т, 1998. – 576 с.
8. Радин П. Трикстер. Исследование мифов северо-американских индейцев с комментариями К. Г. Юнга и К. К. Кереньи / П. Радин; пер. с англ. В. В. Кирюшенко; под ред. А. В. Тавровского. – СПб. : Евразия, 1999. – 288 с.
9. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг; сост., вступ. ст. А. М. Руткевича. – М. : Ренессанс, 1991. – 304 с. – (Страницы мировой философии).
10. Юнг К. Г. Собрание сочинений. Психология бессознательного / К. Г. Юнг; пер. с нем.: В. Бакусева, А. Кричевского]. – М. : Канон, 2003. – 320 с. – (История психологической мысли в памятниках).

Макарова А.Л.

УДК 766:704:7.072.2

МЕТАФОРА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ КАК СРЕДСТВО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ В ЛОГИКО-СЕМИОТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА

Постановка проблемы. Теория графического дизайна на сегодняшний день находится на одной из самых ранних стадий своего развития, о чем в первую очередь свидетельствует отсутствие специальных терминологических словарей не только в украинском и русском языках, но даже и в английском. Естественно, что в исследовании графического дизайна, претендующем на научный подход, приходится опираться на методологические основы и терминологический аппарат исторически более зрелых гуманитарных наук. Поскольку сам термин «графический дизайн» в логико-семантическом определении дисциплины соперничает с «визуальной коммуникацией», анализ выразительных аспектов образа восприятия невозможен без использования устоявшихся положений лингвистики и теории искусства и литературы. Такие, уже прочно вошедшие в обиход искусствоведения понятия, как «визуальный язык», «визуальное высказывание» и «визуальный текст», позволяют обратиться к тропам естественных языков, как к приемам, обогащающим визуальную коммуникацию достоинствами и преимуществами художественного произведения.

В этой связи, видится актуальным рассмотрение такого языкового оборота как метафора, с целью выявления существенных направлений трансформации содержательного аспекта, используемой для усиления выразительности визуального образа в графическом дизайне.

Связь работы с важными научными или практическими задачами Статья написана в соответствии с планом НИР кафедры графического дизайна Харьковской государственной академии дизайна и искусств.

Анализ последних исследований и публикаций

Выразительные возможности проектного образа в графическом дизайне, в логико-семиотической модели визуального языка следует рассматривать, опираясь на теории художественного образа, разработанные в эстетике, искусствоведении, а также в теории литературы. «Словарь изобразительного

искусства» В. Власова [1], статьи Э. Кассирера «Сила метафоры» [2], «Метафора и дискурс» Н. Арутюновой [3], «Метафора» М. Блэка [4], содержащие анализ метафорического значения слов в повседневной речи, в языке науки и в художественной литературе, создают достаточно разностороннее представление о специфике современного функционирования метафоры в языке. В этих изданиях феномен метафоры рассмотрен в логико-философском, лингвистическом, когнитивном и стилистическом аспектах, применимых к модели визуального языка в графическом дизайне. Основные теоретические концепции метафоры данные в этих книгах, позволяют апеллировать к науке в построении теоретической базы концепции образного мышления в визуальной коммуникации.

В книге британского дизайнера с мировым именем А. Флетчера «Искусство смотреть по сторонам» [5] в разделе «Творчество», а также в статье Х. Ортеги-и-Гассета «Две великие метафоры» [6] представлена позиция восприятия метафоры как одного из ключевых научных методов образного мышления.

Такие полемически направленные книги как «Критика вкуса» Гальвано делла Вольпе [7], «Эстетика» Ю. Борева [8], «Парадоксы новизны» М. Эпштейна [9] и «Миф – имя – культура» Ю. Лотмана и Б. Успенского [10] позволяют ознакомиться с проблемами художественной выразительности, вокруг которых среди эстетиков и искусствоведов ведутся споры.

В связи со спецификой исследуемого вопроса большой интерес представляет работа К. Ньюарка «Что такое графический дизайн?» [11]. В ней графическому дизайну отводится функция критически задействовать механизмы репрезентации, обнажая и преобразуя ее идеологические основы; переделывать грамматику коммуникаций, выявляя структуры и рисунки в самих материальных средствах визуального и вербального письма» [11, с. 12].

Задача статьи – рассмотреть использование таких оборотов (тропов) естественного языка как метафора и ирония в качестве художественных средств построения образа в графическом дизайне с целью выявления направлений трансформации содержательного аспекта, и усиления его выразительности.

Результаты исследования. В «Словаре изобразительного искусства» [1] метафора (от греч. *metaphora* – "перенос") определяется как вид художественного тропа, один из способов художественного формообразования, заключающийся в сближении и соединении отдельных образов (не связанных между собой в действительной жизни) в целое. Опираясь на эту формулировку, метафору, следовательно, можно рассматривать как сложную разновидность сравнения-противопоставления, в результате которого происходит не только мысленный (как в языке) но и наглядный (как в изображении) «перенос» свойств одного предмета на другой» [1]. Аллегория, сравнение, олицетворение (а также все то, что мы называем антропоморфизмом, персонификацией или одушевленностью [2, с. 34]) и т. п. тропы языка, т. е. слова и выражения, использующиеся в переносном смысле для достижения художественной выразительности в речи, – все эти языковые выражения возможны постольку, поскольку они существуют в понятийной системе человеческого мышления и это обуславливает их адекватное использование в теории изобразительного искусства и графического дизайна.

Во вступительной статье «Метафора и дискурс» к сборнику статей и соответствующих глав из книг крупнейших современных филологов, философов и логиков, «Теория метафоры» известный российский лингвист Н. Арутюнова рассматривает метафору как «сдвиг в значении» на основе «противопоставления, из которого исключен первый термин» [3, с. 28]. Такое положение позволяет рассматривать метафору в логико-философском, лингвистическом, когнитивном и стилистическом аспектах в приложении к проблемам графического дизайна, исходя из различных трактовок ее образного и интеллектуального потенциала. Так, американский философ и логик Макс Блэк, указывает на их несостоятельность в качестве точного аналитического инструмента для выражения смыслов. При этом он допускает возможность достаточно адекватного перевода метафорических высказываний на язык науки «с потерей некоторой доли обаяния остроты и живости, но без потери *когнитивного* содержания» [4, с. БЛЭК]. Однако если рассматривать метафору как средство усиления воздействия, обеспечивающее коммуникативный эффект, создающее необходимое напряжение для преодоления сопротивления очередной порции информации, его высказывание «похвалить философа за метафору – все равно, что похвалить логика за красивый почерк» приобретает противоположный авторскому, положительный смысл.

Действительно профессиональный графический дизайн, как правило, избегает использования метафоры в представлении различного рода директивной информации: в уставах, запретах и резолюциях, всевозможных требованиях, правилах поведения и безопасности, в инструкциях и рекомендациях, картах, программах и планах, которые подлежат точному и однозначному пониманию. Но когда рекомендация превращается в воодушевляющий призыв, а взвешенный ультиматум – в угрозу, имеющую своей целью устрашение, они могут быть эффективно и достаточно последовательно выражены в метафорической форме, усиливающей «эмоциональный нажим» на адресата.

Интересный ракурс на рассмотрение информационного содержания метафорических образов задает исследование известного британского дизайнера Алана Флетчера «Искусство смотреть по сторонам». Пытаясь дифференцировать «креативность», он приводит высказывания выдающихся специалистов в разного рода областях интеллектуальной деятельности, которые, так или иначе, формулируют принцип совмещения «несовместимого» в качестве директивного метода Познания и Творчества.

Схожую позицию в понимании конструктивного содержания метафоры демонстрирует Хосе Ортега-и-Гассет, называя метафору «необходимым орудием мышления, формой научной мысли», когда через близкие, легко постигаемые объекты, открывается доступ к далеким и ускользающим понятиям. Гальвано де Вольпе также указывает на то, что «сходство, которое имеет в виду тот, кто использует метафору, является такой же категориальной нормой сходства или тождества, как и та, которая регулирует

**МЕТАФОРА В ГРАФИЧЕСОМ ДИЗАЙНЕ КАК СРЕДСТВО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ВЫРАЖЕНИЯ
В ЛОГИКО-СЕМИОТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА**

индуктивные, гипотетические и определительные суждения» [7, с. 128]. При этом он отмечает различия с точки зрения достоверности между метафорой поэтической и непэтической. И здесь также нельзя упустить из виду субъективный характер метафорических конструкций. Метафора в графическом дизайне выглядит более наглядно и безапелляционно – как «приговор без судебного разбирательства, вывод без мотивировки» [Артю28], где в качестве основания при ближайшем рассмотрении обнаруживаются, если не прямые коммерческие или политические цели, то необходимый минимум чьей-то личной заинтересованности в художественной выразительности, задающей векторы ее эмоционального восприятия.

Однако, ключевым моментом для «окончательного выяснения» конструктивной роли метафоры в построении образа в графическом дизайне становится утверждение большинством авторов в той или иной форме такого положения, что «всякая образная мысль тяготеет к метафоричности, к сопряжению далеко стоящих явлений, к взаимораскрытию явлений друг через друга» [8, с. 193]. Анализируя метафорический подход к построению образа в логико-семантической модели визуального языка, можно допустить, что в метафоре происходит закономерное расчленение мифологического образа [9, с. 169]. Архетипические образы мифологического мышления и лингвистические структуры мышления языкового переплетаются между собой, создавая смыслы доступные и на подсознательном уровне и на уровне логики. Мифологический текст в условиях не мифологического сознания, порождает метафорическую конструкцию, осуществляющую буквальную реализацию метафоры. Этот метод и прием сюрреализма в графическом дизайне и в рекламе, «имитирующий миф вне мифологического сознания» [10], создает структуру образа, как синхроническое отражение-противопоставление структуры взаимоотношений различных явлений жизни, в которых находит выражение как «чистое чувство», так и интеллектуальные усилия.

В изобразительном искусстве и в частности в проектной графике эти приемы «работают» достаточно эффективно, и очень часто прагматически используются для воплощения ёмкого образа, основанного на ярких, неожиданных ассоциациях. Такой метафорический подход к построению образа в графическом дизайне в той или иной мере можно обнаружить практически в любом проекте. В качестве систематизирующего критерия можно выделить два основных направления осуществления метафоры в графическом дизайне.

Первое – резкая метафора. Буквальное соединение, сводящее воедино достаточно далеко отстоящие друг от друга понятия. Такие, будоражащие воображение изображения сверхъестественных существ, с доисторических времен наглядной форме выражают события или силы, символизирующие законы и явления природы, не поддающиеся на момент формирования образа рациональному объяснению. Об эффективности такого метода проектирования изображений и силе их воздействия на сознание свидетельствует факт их повсеместного использования в самых разных культурах «всех времен и всех народов». Интерес к такого рода комбинациям, вызывающим состояние «возбуждающего удивления», «подогретый» нашумевшим в свое время сюрреализмом, не утрачивает своей актуальности в рекламе и в наше время и по-прежнему «пользуется большим спросом». Зрелищная метафора, сдвигающая значение исходного изображения, расширяет его границы, наделяя дополнительной проясняющей и информирующей силой, «живая метафора стремится к иррадиации, семантическому развертыванию» [3, с. 31] за пределы назначенной ей функции в непредсказуемых направлениях индивидуальных трактовок. И здесь следует отметить, что частная интерпретация метафоры в определенной степени зависит от обстоятельств (времени и места) ее использования и восприятия, и, будучи субъективной, заключает в себе вероятность неадекватного толкования. И вообще в теории «не существует, никаких “предписаний” относительно обязательности сдвигов значения – никакого общего правила, которое позволило бы объяснить, почему некоторые метафоры проходят, а другие нет [4].

Другое направление – нерезкая метафора. Некий оттенок образа, интонация, подтекст или гипертекст. Часто дизайнер решает эту проблему на интуитивном уровне, привнося в изображение несвойственные природе объекта изобразительные мотивы, звучащие скорее как формальная (графическая) аранжировка, чем как реалистический признак. Неявная визуальная ассоциация, эта ускользающая «сила», которая как бы притягивает вспомогательный образ, который в свою очередь придает оригинальный, порой парадоксальный, вид привычным явлениям. Интересно, что именно такой подход к смыслообразованию в проектировании предметов промышленного дизайна называется «метафорическим» [13, с. 124-126], поскольку осуществление в предметном дизайне резкой метафоры может превратить объект в инсталляцию и увести его таким образом в область «чистого искусства». В графическом дизайне нерезкая метафора привносит элемент «свежести» в привычные стилизации. Это может проявляться в форме «игры не по правилам», когда нарушаются традиционные подходы в следовании выраженным тенденциям (например, в упаковке) в неожиданном композиционном или цветовом решении, пластике или фактуре изображения, например, геометризованные формы живой природы или живописная техника изображения планов и схем.

Таким образом, метафору в графическом дизайне следует рассматривать в ее обоюдной связи с логикой в качестве номинативного приема и техники смыслообразования, сдваивающей представление о разных классах объектов в информационном контексте, с одной стороны, и с мифологией архетипов образного мышления и эмоционального восприятия, – с другой. По сути – создавая образ и апеллируя к воображению, метафора порождает смысл, воспринимаемый разумом.

Учитывая происходящее в последние годы «размывание» границ самого концепта метафоры: когда метафорой называется любой способ косвенного и образного выражения смысла, в художественном тексте

и в изобразительных искусствах» [3, с. 7], следует обратить внимание также на расширение традиционного теоретического интереса к метафоре в разных отраслях научного знания, что позволяет ей выступать в качестве универсального звена, связывающего различные междисциплинарные аспекты графического дизайна. Рассматриваемый в перспективе механизм действия метафоры в графическом дизайне, как и в естественном языке, ведущий к конвенционализации смыслов языка визуальной коммуникации, в будущем может обеспечить метафоре роль ключа к пониманию основ познания мышления и моделированию искусственного интеллекта.

Выводы. В современном графическом дизайне, синхронно функционирующем в поле рационального и поле чувственного, беспристрастный и последовательный учет возможно большего количества факторов влияния при ближайшем рассмотрении аккумулируется в эмоциональном, интуитивном, и целостном видении дизайнером конечного результата. Художественные средства осмысления образа не только оправдывают и окупают экономические затраты на дизайн, но и создают на эмоциональном, интеллектуальном, и духовном уровнях, условия развития общего культурного контекста через чувственную вовлеченность человека в проектируемый процесс визуальной коммуникации.

Дальнейшее исследование темы предполагает анализ выразительных возможностей иронии, как художественного средства построения проектного образа в графическом дизайне.

Источники и литература:

1. Власов В. Г. Словарь изобразительного искусства : [Электронный ресурс] / В. Г. Власов. – Режим доступа : <http://slovari.yandex.ru/~книги>
2. Кассирер Э. Сила метафоры / Э. Кассирер // Теория метафоры : сб. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
3. Арутюнова Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры : сб. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
4. Блэк М. Метафора : [Электронный ресурс] / М. Блэк. – Режим доступа : <http://kant.narod.ru/black.htm>
5. Fletcher A. The art of looking sideways / A. Fletcher. – London : Phaidon, 2002. – 1066 p.
6. Ортега-и-Гассет Х. Две великие метафоры / Х. Ортега-и-Гассет // Теория метафоры : сб. – М. : Прогресс, 1990. – 512 с.
7. Делла Вольпе Гальвано. Критика вкуса / Делла Вольпе Гальвано. – М. : Искусство, 1979. – 351 с.
8. Боров Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Боров. – М. : Политиздат, 1975. – 399 с. : ил.
9. Эпштейн М. Н. Парадоксы новизны / М. Н. Эпштейн. – М. : Сов. писатель, 1988. – 416 с.
10. Лотман Ю. Миф – имя – культура : [Электронный ресурс] / Ю. Лотман, Б. Успенский. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Literat/Lotm/mif_im.php
11. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / К. Ньюарк; [пер. с англ.]. – М. : АСТ; Астрель, 2005. – 255 [1] с.
12. Лосев А. Ф. История эстетических категорий / А. Ф. Лосев, В. П. Шестаков. – М., 1965.
13. Методика художественного конструирования. – М. : ВНИИТЭ, 1978. – 336 с.

Молчанова-Дудченко Е.А.

УДК 75.021.32-035.676.332.066.3+372.874

АКВАРЕЛЬ В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ КРЫМСКОГО ФИЛИАЛА НАЦИОНАЛЬНОЙ АКАДЕМИИ ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОГО ИСКУССТВА И АРХИТЕКТУРЫ

Акварель - есть один из видов живописи водяными красками. Изучение и постижение этого непростого материала как средства выражения профессионально-творческих приемов и художественного мастерства - цель и задача курса практических занятий дисциплины «живопись» специализации «графический дизайн» в КФ НАОМА.

В основе изучения лежит фундаментальная, логически стройная система обучения – академическая школа, которая позволяет получить устойчивые профессиональные навыки, продолжить и развить великие художественные традиции в искусстве акварели.

Особенность акварельной живописи заключается в прозрачности красок и способах ее нанесения на бумагу. Свет в этой технике изначально присутствует как «отправная точка», как некий абсолют, являющийся первоисточником, а художник распределяет его напряжение в листе, в зависимости от своего творческого замысла и мастерства, акцентируя на самом главном и важном, достойном прикосновения света. Тонкий лессировочный слой, легкие прикосновения кисти, белизна бумаги, экранизирующая прозрачность цвета – именно эти качественные характеристики отличают акварель от других техник живописи.

Свое начало живопись водяными красками получила в глубокой древности – с появлением папируса в Древнем Египте, бумаги и туши в Древнем Китае. Прародительницей акварели можно назвать прозрачную клеевую живопись древних египтян и китайскую тушь в технике «гохуа» мастеров Страны Восходящего солнца.

В Византийском искусстве акварель применялась для оформления церковных книг, при декорировании и иллюстрациях. Поразительными по красоте миниатюрами наполнены старинные манускрипты средневековой Европы.