

О. А. Прохожев



**ВИЗУАЛЬНЫЕ
КОММУНИКАЦИИ
В ИСТОРИЧЕСКОМ
И КУЛЬТУРНОМ
АСПЕКТЕ**

Нижний Новгород
2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет»

О. А. Прохожев

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ИСТОРИЧЕСКОМ И КУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ

Утверждено редакционно-издательским советом университета
в качестве учебного пособия

Нижегород
ННГАСУ
2019

ББК 85.1

П 78

УДК 745/749 (7.05)

Рецензенты:

С. М. Михайлов – д-р искусствоведения, профессор, канд. архитектуры, зав. кафедрой дизайна архитектурной среды ФГБОУ ВО «Казанский государственный архитектурно-строительный университет», лауреат Государственной премии РФ в области литературы и искусства.

В. П. Океанский – д-р филол. наук, профессор, зав. кафедрой культурологии и литературы Шуйского филиала ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», действительный член (академик) Академии философии хозяйства при Московском государственном университете им. М.В. Ломоносова, член-корреспондент РАН.

Прохожев О. А. Визуальные коммуникации в историческом и культурном аспекте. [Текст]: учеб.-метод. пос. / О. А. Прохожев; Нижегород. гос. архитектур. - строит. ун - т – Н. Новгород: ННГАСУ, 2019. – 113 с.; ил. ISBN 978-5-528-00368-9

Материалы учебно-методического пособия обеспечивают комплексный подход в проектировании средств визуальных коммуникаций, формируют у студента профессиональные навыки в проектировании систем визуальных коммуникаций.

Предназначено для проведения теоретических и практических занятий в области проектирования средств визуальных коммуникаций для бакалавров очной и очно-заочной форм обучения по направлению 54.03.01 «Дизайн», профиль Графический дизайн и профиль Дизайн среды.

Данное пособие сохраняет авторский стиль изложения материалов.

ISBN 978-5-528-00368-9

© О. А. Прохожев, 2019

© ННГАСУ, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. Визуальные коммуникации в системе культуры.....	6
1.1. Знаково-символические образы культуры.....	7
1.2. Визуальные образы культуры.....	16
Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 1.....	39
ГЛАВА 2. Семиотическая природа визуальных коммуникаций.....	36
2.1. Коммуникативные функции визуальных образов.....	38
2.2. Взаимосвязь знаков и значений визуальных образов.....	50
Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 2.....	67
ГЛАВА 3. Культурно-историческое развитие средств визуальной коммуникации.....	68
3.1. Культурно-историческое развитие знаков и знаковых систем.....	69
3.2. Позитивная визуализация среды в современном обществе.....	101
Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 3.....	108
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	109

ВВЕДЕНИЕ

Визуальные коммуникации в современных городах, транспортных сообщениях, общественных сооружениях, имеют важное значение для формирования информационной, навигационной, рекламной просветительской и эстетической среды. Быстро растущие и развивающиеся города всё больше испытывают недостаток в визуальных коммуникациях, потому что жителям сложнее ориентироваться в пространстве мегаполисов. Разработка коммуникационных систем поможет решить проблемы потока несистематизированной информации, так как это непосредственное её функциональное предназначение. В новых сферах деятельности человека необходимо создавать средства коммуникации с нуля, а устоявшиеся коммуникационные системы разумнее модернизировать. Ускоренное продвижение по пути модернизации, как показала практика, всегда связано с комплексным, системным проектированием.

Для современной коммуникационной среды характерны сложные компьютеризированные системы управления, современные энергоёмкие технологии производства носителей визуальных коммуникаций, повышенные требования к эргономике средств коммуникаций, интеграция в архитектурное и промышленное проектирование, как неотъемлемый компонент разработок. Безусловно, при развитии и увеличении объёма средств коммуникаций, важно включить правила понимания и пользования средств коммуникаций в образовательный процесс. При этом выявляется необходимость в разработке принципов унификации и стандартизации, которые могут быть использованы в практике дизайн-проектирования средств визуальных коммуникаций.

Современное состояние исследований знаков и знаковых систем представляет обширное, но довольно разрозненное знание, так как изучением данной проблемы занимаются специалисты и учёные различных научных направлений, а используют результаты этих знаний огромное

количество людей, хоть сколько-нибудь знакомых с «граммотой проектирования». Проблема изучения визуальных коммуникаций существует на стыке междисциплинарных исследований, поэтому приходится учитывать степень разработанности разных граней этой проблемы в разных научных комплексах. В связи с этим необходимо обратиться к работам по теории и истории культуры и искусства отечественных и зарубежных авторов по данной проблематике указанных в библиографическом списке учебно-методического пособия. Изучить, основываясь на литературных источниках и на практических проектных примерах, происхождение и историю знаков, символов, эмблем, геральдики и письменности. Необходимо понять значение знаковых систем в истории и культуре, рассмотреть типы и виды знаков, провести сравнительный анализ взаимовлияния знаков и значений в письме и знаковых системах.

Представленные литературные источники имеют принципиальное значение для изучения средств визуальной коммуникации, так как они выводят на анализ не только "кухни" практики проектирования, но и выявляют принципы и методологию проектной деятельности по разработке визуальных образов в коммуникативной сфере общества.

В этом отношении практическое и методологическое значение имеют исследования реестра композиционных средств и приемов, изучение ряда объективных законов художественно-образной деятельности, а также системы принципов дизайна (социологического, технического, эргономического, экономического, экологического и эстетического), основанных на мере человека и мере предмета. Созданный теоретический базис является хорошей основой для исследования визуальных коммуникаций и создания средств визуальных коммуникаций.

ГЛАВА 1

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СИСТЕМЕ КУЛЬТУРЫ

Культуро-историческое образование общества выступает духовно-содержательной надстройкой над материально-вещественным развитием цивилизации. Это совсем не означает, что культура не нуждается в материальных носителях, но она не сводится к качествам и свойствам этих материальных, телесных, вещественных носителей. Более того, можно рассматривать как некорректное подразделение культуры на материальную и духовную, что типично для литературы по философии культуры. Любое явление культуры, будь-то произведения искусства, религиозные обряды, нравственные нормативы, медицинские предписания, дорожная сигнализация и т.д., представляет собой единство духовного и материального, значения и знака, содержания и формы. Как писал когда-то Георг Гегель: «...содержание оформлено, а форма содержательна...», то есть не может существовать невыраженного содержания и пустой формы. Доказательством этому являются архитектурные, художественные, скульптурные, живописные, театральные произведения и т.д., которые относят к духовной культуре.

Вот эта закономерность «опредмечивания», объективации значений и образов культуры в разных материальных носителях, знаках и сигналах определяет необходимость исследования проблемы типологии знаков культуры, в частности, визуальных знаков, создающих коммуникативную среду общества.

1.1. Знаково-символические образы культуры

Для понимания культуры в целом важно осмыслить её как интегратор социума. Этот подход в исследовании культуры доминирует в ряде работ нижегородских учёных философов и культурологов: Ю. В. Ананьев, А. С. Балакшин, А. А. Владимиров, Л. А. Зеленов.

Во-первых, культура – это надприродное, сверхприродное, т.е. искусственное, а не естественное образование как мир литосферы, гидросферы, атмосферы, флоры и фауны. Культура – это человекотворное образование, что и даёт основания трактовать её как интегратор социума, а не природы, как универсальное выражение общественного бытия человека. Сам социум можно рассматривать как особую подсистему общества наряду с его экологической и технической подсистемами. Иначе говоря, само общество предстает как единство мира природы, мира техники и мира человека. При этом важно иметь в виду, что мир природы как экологическая сфера и мир техники как техническая сфера являются «очеловеченными», что техника создается человеком и что природа преобразуется человеком. Данное обстоятельство имеет значение для понимания таких видов дизайна как промышленный и экологический дизайн.

Во-вторых, культура – это не только локальное, а скорее всего универсальное образование, характеризующее все сферы, виды и типы человеческой деятельности. Это выражается в традиционной типологической характеристике культуры: художественной, нравственной, политической, правовой, управленческой, педагогической и прочих. Культура речи, культура поведения, культура общения, культура перевода, культура земледелия и т.д. – все эти сферы деятельности человека являются достаточным аргументом в пользу широкого, универсального понимания культуры. отождествление культуры только с художественной деятельностью человека следует считать неверным и далеко не полным. Более того, ограничение культуры только рамками искусства лишает философию культуры как науку специфического

предметного основания, ибо искусство давно является предметом изучения таких наук как эстетика, искусствоведение и история искусства.

В-третьих, высказанная выше аргументация универсальности культуры не дает оснований понимать культуру в самом широком значении, как только позитивное явление. Дело в том, что человеческое общество в ходе своего исторического развития создает не только культурные, но и антикультурные явления, или на языке аксиологии не только ценности, но и антиценности, не только позитивно-значимое, но и негативно-значимое. Преступность, наркомания, алкоголизм, терроризм, фашизм – это только малое количество перечисленных форм деятельности человека, которые образуют различные виды антикультур в социуме. В самом обществе в качестве его основного внутреннего противоречия можно выделить противоречие культуры и антикультуры, которые преобладают одна над другой с переменным успехом. Вот почему аксиологическая трактовка культуры как совокупности ценностей является принципиально важной для философии культуры. При этом ценностная природа культуры выявляется не при ее субсанциональном предметном анализе, а при ее функциональном понимании, потому что любое социальное явление – искусство, телевидение, реклама, мода, книгопечатание и т.д. может функционировать и «позитивно» и «негативно». В качестве критерия разграничения ценностей и антиценностей является объективная мера человека, мера человеческого рода, поскольку «человек есть мера всех вещей», как утверждал Протагор. Это понятие меры человека, лежащее в основании объективной аксиологической природы культуры, оказывается очень конструктивным и эвристическим, поскольку оно позволяет понять базовые принципы дизайна и формирования визуальных образов коммуникативной среды.

Культура как позитивное информационно-коммуникативное образование для своего реального исторического существования и функционирования нуждается в знаках – носителях культуры. Число таких материальных носителей культурных значений и смыслов велико и многообразно. Их типологический анализ представлен в ряде работ по

философии культуры: Л.А. Зеленова; В.А. Болдычева, О.В. Маркина, И.А. Чижова.

С точки зрения своей материальной формы, знаково-символические образы можно разделить на **четыре типа знаковых носителей культуры:**

а) **предметно-вещественные знаки** – артефакты культуры: орудия труда и быта, одежда, мебель, оружие и т.д., которые вслед за А. А. Модем [127] можно трактовать как «культуремы»;

б) **символьно-языковые знаки** – система естественных языков (языков на планете свыше 6,5 тысяч), и система искусственных языков (азбука Морзе, эсперанто, нотные знаки, дорожная сигнализация и пр.);

в) **процессуально-деятельные знаки** – формы ритуальных действий или церемониальных обычаев, религиозных обрядов или социально-исторических традиций, обладающие конкретно-социальным или этническим значением, например: военные, конфессиональные, трудовые, педагогические, корпоративные и т.д.;

г) **социально-институциональные знаки** в виде существования различных социальных институтов, организаций, объединений, заведений (партии, клубы, ассоциации, фонды, союзы и пр.).

Историческое становление культуры и происходит путём материализации новых смыслов и значений в предметных, языковых, деятельных или институциональных формах. Этот процесс со всей очевидностью предстаёт в современный постперестроечный период развития России, когда формируются «новорусские» традиции, обычаи, институты, языковые знаки, символы, церемонии.

Для организации коммуникативной среды общества имеет значение типология знаков с точки зрения их сенсорного восприятия. При этом имеется в виду вся система органов чувств человека, что позволяет говорить о зрительных (визуальных), слуховых, тактильных, вкусовых и ароматических знаках. Здесь важно преодолеть сложившееся в эстетике и искусствоведении деление искусств на зрительные и слуховые, поскольку эстетическое наслаждение

человеку доставляют и все другие виды чувственного восприятия не только естественных, но и искусственных явлений. Это доказывается искусством парфюмерии и дегустации, искусством кулинарии, созданием генераторов запаха и т.д. Вся система внешних органов чувств человека обладает коммуникативно-информационным значением для него, поэтому культура использует разные сенсорные знаки. Закономерность интеграции чувственных знаков-образов в форме цветомузыки, светомузыкальной хореографии или в целом «синэстезии» в свое время исследовал Иоганн Вольфганг фон Гёте («К теории цвета», 1810) и М. К. Чюрлёнис. О синкретической взаимосвязи цвета и музыки говорил русский композитор и музыкант А. Н. Скрябин, и его рассуждения послужили основанием для докторской диссертации по эстетике руководителю ОКБ «Прометей» в городе Казань Б. М. Галееву.

С точки зрения принципа константности, устойчивости и постоянства знаки как носители значения в системе культуры могут кристаллизироваться в трёх исторических формах: знаки-обычаи, знаки-обряды, знаки-традиции. Такое разграничение важно для понимания становления имиджей, брендов, фирменных знаков, рекламных стереотипов и т.п., вплоть до дресс-кодов, визиток, карточек и прочего. Движение канонизации начинается со знаков-обычаев, которые представляют собой устойчивые, постоянные формы, преодолевающие эфемерность, текучесть и случайность повседневной жизни. Обычаи, как знаки культуры – это константные формы действий, приёмов и способов. Например: знаки, обозначающие мужчин и женщин, детей, животных, аптеки и другие изображаемые объекты, в общем употреблении называемые пиктограммами. Когда знаки-обычаи получают ритуальное, церемониальное оформление – «аффирмацию», они превращаются в знаки-обряды и служат атрибутами в торжественных церемониях, свадебных обрядах, мемориальных действиях, ритуалах или целых сюжетно-ролевых комплексах как детские и взрослые игры. Примером могут служить спортивные мероприятия: олимпиады, спартакиады, универсиады. Наконец, интересен третий шаг канонизации, когда знаки-обряды превращаются в знаки-традиции

и этот шаг совершается за счет межпоколенной преемственности знаков культуры, т.е. их трансляции минимум в трёх поколениях людей: новогодняя, рождественская, пасхальная, Первомайская и другие праздничные традиции. Становление культуры также происходит посредством утверждения традиций, знаков-традиций, норм-традиций и т.п. Это мы видим, например, с постепенным «вживлением» в систему современной российской культуры новых традиций празднования: День согласия, День Конституции, День защитника отечества ... Разрушение культуры тоже начинается с разрушения ее традиционных укладов, знаково-традиционных праздников таких как: День Красной Армии, День Великой Октябрьской Социалистической революции, День Солидарности трудящихся и т.д.

Все сказанное становится особенно важным в связи с использованием знаков всех типов и видов социальной символики, прежде всего государственного характера, которая выражается в гербах, флагах, гимнах. Каждое государство на планете придаёт большое значение данной символике, которая вписывает, включает данную страну в мировое сообщество. Даже становление межгосударственных союзов, объединений, институтов вроде ЮНЕСКО, Евросоюз, НАТО, ООН и т.д. осуществляется за счёт общей символики, которая становится традиционной. Тяготение к традиционной символике и традиционным знакам проявляется не только в культуре со всем разнообразием ее типов и видов, но и в антикультуре, что мы видим на примере фашистской или неофашистской символики, знаках сектантов, сатанистов, скинхедов и других тайных организаций «сомнительного толка». Это еще раз подчеркивает важность аксиологического понимания культуры, но прежде всего как совокупности ценных, позитивных, гуманистических традиций, обрядов, символов, знаков, сигналов и образов.

Знаки вариативны в функционально-семантическом отношении, что принципиально важно для художников, дизайнеров, создателей знаковых систем в коммуникативной среде. Эта проблема пока недостаточно активно поднимается в публикациях по философии культуры и семиотике, но

герменевтика как наука о понимании уже ставит данную проблему и нуждается в её анализе. В первую очередь здесь имеется в виду существование множества терминов для обозначения разных знаковых образований: «копия», «модель», «метка», «след», «образ», «муляж», «символ», «сигнал». Отождествлять их нельзя, потому что они различны по отношению к общему для них явлению – «натура». Если натура в качестве человека, зверя, птицы и т.п. оставляют след в коммуникативной среде, то этот след как признак, как отпечаток отражает саму природу, информирует о ней как копия или как модель, как муляж или просто метка. Общее родовое понятие для всех знаков – это понятие «отражение». Оно шире, чем понятие «познание», поэтому современным философам пришлось, кроме традиционной гносеологии, как теории познания, разрабатывать так же теорию отражения. Более полно и системно её сформулировал Тодор Павлов. Зеркало не познает, а отражает человека; термометр не познает, а отражает температуру; снег не познает, а отражает след ноги человека и т.д.

В этом процессе отражения один объект по-разному воспроизводит другой объект и его свойства, что и выражается разными понятиями: метка, знак, символ, сигнал, образ, модель, копия. Отражение – это процесс или продукт воспроизведения особенностей одной системы в особенностях другой системы. В данной трактовке понимание отражения предполагает соблюдение четырех признаков:

- наличие минимум двух систем;
- взаимодействие этих систем;
- присутствие остаточных следов взаимодействия;
- изоморфное соответствие следа действующей системе.

Изоморфизм означает элементное и структурное подобие следа действующей системе, но это подобие имеет разные степени приближения следа к действующей системе, следа отражения к отражаемой натуре. Это приближение следа к натуре, отражения к отражаемому, можно представить следующей логикой движения от абстрактно-неразличимого к конкретно-образному: **«метка – знак – сигнал – символ – модель – копия».**

«Метка» выражает абстрактную фиксацию наличия какого-то иного объекта, иной природы, иной системы без обозначения их конкретных признаков или свойств. Таковы, например, фиксации космическими телескопами следов воздействия на них некоторых космических тел. Расшифровать эти метки не удаётся, потому что они не являются даже знаками, выражающими определенное значение, закодированное в них.

«Знак» – это уже более определенный след отражения, потому что он предполагает наличие значения, а значит закодированного смысла в этом знаке. Таковы упорядоченные знаки египетских иероглифов, вавилонской клинописи или языка майя. Это единство знака и значения образует знаковую систему. Знаковые системы изучает семиотика как специальная отрасль знания. Говорить о наличии значений у знаков приходится ретроспективно после того, как эти знаки декодированы, что мы и имеем в отношении египетского языка или, например, языка племени майя, расшифрованного российским академиком Ю. В. Кнорозовым. «Знаковой природой обладает любой «текст», данный термин впервые ввёл Ю. М. Лотман. Закодированность значения в знаке предполагает наличие идентичного кода у получателя сообщения, исходя из этого «естественные языки» – русский, английский, немецкий и другие имеют идентичный характер образования с «искусственными языками» – эсперанто, дорожные знаки, азбука Морзе и т.п.

«Сигнал» – это материальный носитель информации, это знак, который вполне определенно выражает то или иное значение, направляемое отправителем определенному адресату. В этом отношении знак становится сигналом согласно ситуации, т.е. в определенной оговорённой, заранее обусловленной взаимосвязи двух социальных субъектов: отправителя и адресата. Знаки дорожной сигнализации, компьютерные сигналы и т.п. являются примером подобного типа.

«Символ» еще более приближает знак к природе, к обозначаемому объекту, потому что символ представляет природу, у него функция репрезентации, что предполагает наличие некоторых общих признаков.

Скажем, «голубь» у П. Пикассо – это «символ мира», каковым не могла стать ворона или даже орел. «Рукопожатие» – «символ дружбы», а не вражды или борьбы. «Стрелка» – символ движения или направления, и таких примеров множество. Если «знак» безразличен к «обозначаемому» и «значащему», то подобное сказать о «символе» нельзя. Это обстоятельство давно зафиксировал еще Г.В.Ф. Гегель. Он писал: «Знак есть непосредственное созерцание, представляющее совершенно другое содержание, чем то, которое оно имеет само по себе; пирамида, в которую переносится, и в которой сохраняется чья-то чужая душа. Знак отличен от символа, последний есть некоторое созерцание, собственная определенность которого по своей сущности и понятию является более или менее тем самым содержанием, которое оно как символ выражает; например, когда речь идет о знаке как таковом, то собственное содержание созерцания и то, коего оно является знаком, не имеют между собой ничего общего. В качестве обозначающей, интеллигенция обнаруживает поэтому большую свободу и власть при пользовании созерцанием, чем в качестве символизирующей». Эти глубокие мысли Г. В. Ф. Гегеля о различии знака и символа, знака и значения, символа и его содержания остаются актуальными до сих пор.

«Модель» – это знаковый образ, ещё более приближающий нас к природе, к моделируемому объекту. Модель можно рассматривать как эвристический заместитель природы, т.е. как такой знак природы, который имеет познавательное значение. Само моделирование возникло во второй половине XIX века как компенсация ограниченностей исследования природы, самих объектов, поэтому и понадобилось создавать модели, подобия их для познания: модель корабля, модель моста, модель человека и т.д. При этом различают различные типы моделей с точки зрения отображаемых ими свойств природы: функциональные, структурные, субстратные. В каждом случае происходит условное допущение наличия или отсутствия каких-то других свойств, при помощи логической операции идеализации как способа построения идеальных объектов: «материальная точка», «идеальный газ», «абсолютный ноль температуры»,

«эквивалентный обмен на рынке» и пр. Отличие идеальных объектов от абстрактных объектов состоит в невозможности их экземплификации, другими словами нахождения реального прообраза.

«Копия» – это предельная форма отображения природы, образуемая методом изготовления её идентичного экземпляра. Операция имитации, уподобления в деятельности опытного мастера бывает настолько действенной, что даже опытные эксперты не могут отличить природу от копии и наоборот. Это хорошо известно из истории живописи, литературы, музыки и т.д. Сознательный плагиат или даже непредумышленное «открытие Америки» и «изобретение велосипеда» широко представлены в истории науки и научного творчества. Учёные и изобретатели, не зная этого, дублируют, повторяют одни и те же открытия и изобретения. Поэтому отлаженная патентно-информационная служба крайне необходима для охраны интеллектуальной собственности, представленной научными открытиями, техническими изобретениями, промышленными образцами, программными продуктами, испытательными моделями, фирменными знаками. И наоборот, специфика эстетической и художественной информации, состоит в том, что она является моноканальной, непередаваемой с языка на язык, согласно А. А. Моллю. Исходя из этой мысли, он, в другой своей работе, фиксирует закон неповторимости художественных созданий: каждое художественное произведение является оригинальным в абсолютном смысле слова, т.е. не является копией чего-то уже существующего. Этот закон не применим к научному и техническому творчеству, поэтому там типичны повторения открытий и изобретений. Художественные знаки специфичны и гарантируют неповторимость выражения тех или иных художественно-образных, а не чисто семантических смысловых значений.

В представленной цепочке взаимосвязанных знаков от «метки» до «копии» все они могут рассматриваться как отражения «природы» и, следовательно, как те или иные её образы. А степень приближения «образ-знака» к «природе» представляются в характерных для разных знаков признаках. Такая широкая палитра знаково-символических средств создания

коммуникативной среды в системе культуры общества открывает перед художниками, дизайнерами богатые возможности. Но особое место в этой палитре средств занимают визуальные знаки как наиболее мощные, массовые и потенциально богатые по своим информационным возможностям. Поэтому в следующем параграфе будут рассмотрены проблемы визуальных образов культуры.

1.2. Визуальные образы культуры

В системе культуры общества наиболее массовыми и распространенными, разнообразными и информативными являются визуальные знаки и создаваемые ими образы. Именно они обеспечивают максимальное поступление информации в сознание человека, а значит и возможности оперирования ею при помощи всех механизмов мышления не только «абстрактного» (анализ, синтез, абстрагирование, обобщение), но и образного (представление, восприятие, ассоциация, воображение). Это объясняет и тот факт, что различные манипуляции с сознанием людей совершаются на основе визуальных знаков как наиболее потенциально мощных и популярных, что мы видим, например, в видах рекламы разного типа (уличная, газетная, журнальная, телевизионная и т.д.). Если, например, сравнивать визуальную рекламу с ауди-рекламой радиотрансляций, то, конечно, безусловное первенство получает именно визуальная реклама со всеми ее мощными эффективными техническими средствами.

Визуальные знаки-образы могут существовать в разной информационно значимой форме от метки и сигнала до копии и модели, что обеспечивается тиражированием, репродуцированием, имитацией, многосерийным производством в современную постиндустриальную эпоху. Это и определяет, в частности, существование такого вида интеллектуальной собственности как фирменные знаки, нейминг, промышленные образцы и художественные произведения. Исторически, прежде всего искусство, а в частности, такие его виды как графика, живопись, скульптура, фотоискусство, киноискусство,

полиграфия и прочие обогащает визуально-знаковую палитру средств культуры. Сама культура начинает восприниматься людьми чаще в визуальных формах и образах. Это и объясняет то обстоятельство, что чаще всего культуру отождествляют с искусством, с ее художественным типом, забывая, что есть физическая, религиозная, политическая, правовая, этническая и другие виды культуры. Существуют такие понятия, как трудовая культура, культура производства, культура отношений, культура торговли и т.п. Всё это говорит о том, что нет «пронизывающего и объединяющего культурного стержня» в современном обществе. Многие культурные взаимоотношения пронизаны «эклектикой» и «китчем», и часто визуальные образы культуры хаотично перемешаны, и трудно воспринимаемы миллионами людей. Однако, мы видим, что визуальные образы доминируют в культурных отношениях общества, и это говорит о большом влиянии визуальных образов на сознание людей. Остаётся найти механизмы для создания «визуального порядка» в организации культурных взаимоотношений.

Высокая значимость социально-коммуникативных визуальных знаков и знаковых систем объясняет тот факт, что дизайн, реклама, бренды, промграфика и т.д. возникли из искусства, а не из техники или экономики, ибо нужна была именно визуальность, зрительная образность в системе социальных коммуникаций. Характерно, что дизайн как мировое явление культуры начинается с формирования линейно-графической, визуально-образной парадигмы: опыт фирмы ВЕРКБУНД, школ БАУХАУЗ и ВХУТЕМАС в начале XX века. Проблемы визуальных знаков культуры являются междисциплинарными и исследуются с позиций самых разных областей знания: психологии, физиологии, теории дизайна, теории архитектуры, культурологии, социальной психологии и других дисциплин. Это объясняется и универсальностью самой культуры и универсальной проникновенностью визуальных знаков в наличное бытие культуры и всего социума.

Какие бы специалисты ни занимались созданием или исследованием визуальных средств коммуникации в системе города, в системе культуры и

видах культуры они всё равно должны будут учитывать общие закономерности функционирования и формирования визуальных образов, которые изучаются с позиций философии культуры как общеметодологического учения о культуре, её формах и средствах. Если учитывать существование четырёх основных форм выражения или объективации значений и смыслов культуры: *предметные, языковые, процессуальные* и *институциональные*, то визуальным характером обладают все они и, следовательно, все они могут рассматриваться как средства визуальной коммуникации.

Предметные носители культуры, например дом, коттедж, автомобиль, бижутерия, одежда и прочее, являются пространственно-локальными образованиями. Носители культуры своей формой, цветом, стилем, атрибутикой, товарными марками зрительно информируют о достоинствах своего владельца, о статусе, о вкусах, о пристрастиях, о профессиональной деятельности, о финансовом состоянии и т.п. Это давно выражено в народной пословице: «Встречают по одежке, а провожают по уму». Особое место в системе предметов культуры занимают предметы роскоши как символы богатства и благополучия их владельцев. Это мы видим на примере пристрастий отечественных и зарубежных «звезд шоу-бизнеса», «скандальных политиков», «олигархов» и других популярных людей социума. И они сами, и воспринимающие их люди исповедуют ложную социально-психологическую установку: «ценность вещи определяет ценность человека, которому она принадлежит». Этот своеобразный перенос качества вещей на качества человека, является «товарным фетишизмом», который есть следствие «психологии вещизма». Особенности «психологии вещизма» были глубоко проанализированы Карлом Марксом в работе «Капитал», а затем развиты в «концепции отчуждения» Г. Маркузе «Одномерный человек». Психология частного собственника, которая культивируется рыночной экономикой, побуждает человека к овладению вещами, а не к развитию собственных способностей: важно «иметь», а не «быть». Эту психологию вещизма основательно разоблачает Эрих Фромм в своей монографии «Иметь или

быть?». Разумеется, вся система «рыночной экономики» способствует развитию «психологии вещизма», престижного потребления, ориентации на моду, а не на хороший вкус. Дизайнеры В. Гропиус, Т. Мальдонадо, Х. Оути, Ф. Эшфорд и другие долго сопротивлялись давлению со стороны бизнеса, исповедующего эту психологию и заставлявшего дизайнеров ориентироваться на «стайлинг», на косметическое украшение предметов вопреки требованиям не только функциональности и конструктивности, но и закономерностям композиции.

Английский дизайнер Ф. Эшфорд пишет: «Высокое качество должно означать высокие эстетические, эргономические, конструктивные характеристики, долговечность, хорошую отделку». Японский дизайнер Х. Оути заявляет, что «...дизайнер должен идти на шаг впереди общей массы людей». «Дизайнер – это эстетическая и гуманная совесть промышленности», констатирует американский профессор А. Пулос. «Наш гражданский долг прививать хороший вкус публике. Уродство – одна из форм анархии, которую нужно искоренять, где бы она ни появлялась, ибо анархия, порожденная уродливыми городами, уродливой рекламой и уродливыми домами, неразрывно связана с человеческой личностью» пишет швейцарский дизайнер Л. Вилл. И, тем не менее, по словам К. Уорна «... всего этого не так-то просто добиться, поскольку на большей части земного шара производство преследует цель получения прибыли, а не всеобщего блага».

По отношению к предметным носителям культуры визуальные знаки могут выполнять функцию позитивной, положительной визуализации той или иной вещи, выявления и обозначения её красоты, удобства, безопасности, надежности, долговечности, экологичности и других ценностных качеств, а не функцию обмана потребителя видимостью «совершенства», обозначаемого ценой вещи. Давно известно, что «цена» и «ценность» – это разные характеристики предмета, хотя у них один корень. Высокая цена еще не говорит о высокой ценности вещи. Только в системе престижного потребления начинает отождествляться цена и ценность.

Языковые носители культуры тоже представлены не только слуховыми, аудио-формами: устная речь, ораторское искусство, риторика, но и визуальными в виде письменного языка, эпистолярного искусства, каллиграфии, полиграфических технологий и т.п. Работу над письменными, визуальными знаковыми системами издревле осуществлялась различными этносами, превращаясь и в разновидности искусства, орнаментально-декоративного творчества в дальнейшем широко представленного в плакатном творчестве, в суперграфике и промграфике. В данном отношении визуальное значение имеют линейно-графические и свето-цветовые закономерности, изучаемые цветоведением и теорией композиции. Развитие цифрового телевидения и цифровых алгоритмов компьютерных технологий и Интернета обогащает визуальную палитру объемно-пластическими формами и трехмерностью пространственных знаков. Всё это имеет значение для формирования социально-коммуникативной среды, в основном создаваемой визуальными средствами. Даже при типологизации современных средств социальной коммуникации и выделении пяти их типов все равно четыре из них оказываются прямо или косвенно связанными с визуальными знаками. Мы имеем в виду пять этапов или типов средств социальной коммуникации: вербальный, письменный, печатный, электронный и виртуальный, которые выделяет в своей работе Д.В. Богданов. Аналогичный подход можно встретить и в работах других авторов: М. Маклюэн, А.В. Соколов, С.А. Герасимова, Д. В. Иванов, А. И. Ракитов. В условиях пракультуры, невербального способа передачи информации посредством мимики и жестов, а также звуков, уже начинают доминировать визуальные знаки.

Становление письменного этапа социальной коммуникации было связано с качественным развитием труда, сменой орудий труда, способов производства, технологий. Всё это потребовало новой системы и средств социальной ориентации и связи людей. Звучащее слово, адресованное конкретному человеку, стало заменяться абстрактным знаком письменности, существующим вне времени, что позволяло многократно к нему обращаться. Письменность

способствовала объединению людей и этносов и появлению древних цивилизаций, таких как Египет, Шумер, Китай, Индия. Эволюция письменности прямо связана с развитием визуальных знаков. В линейном отношении эту эволюцию можно представить рядом этапов: предметное письмо (символы, изображения, узелковое письмо), доходящее до пиктограмм (рисуночное письмо), затем формирование иероглифов, слогового и буквенного письма. Разумеется, у разных народов переход от звучащих знаков к письменным знакам происходил нестандартно и разнообразно, что подробно исследуют некоторые авторы: Н. Луман, Г.А. Аванесов, В.Г. Бабаков, Э.В. Быкова и другие.

Особо следует выделить книгопечатный этап, связанный с немецким изобретателем книгопечатной машины И. Гуттенбергом (1394-1468 гг.). Создание рукописных книг и мануфактурное книгопечатание развились до машинной полиграфии. Всё это, в конечном счёте, стало сказываться и на социальных изменениях в обществе: возникновение авторского права, запрет на копирование, возникновение понятия оригинальности и новизны визуальных знаков, изменение норм литературного языка, становление литературных жанров и стилей, образование массовой читательской аудитории, тиражирование работ и создание книжного рынка.

Электронный этап возникает во второй половине XIX века в связи с первой технической революцией в социальных коммуникациях. Массово возникают газеты, журналы, развивается фотография и кинематограф. В 50-х годах XX века начинается вторая техническая революция в сфере социальных коммуникаций, что привело к развитию телевизионного вещания и компьютерной телекоммуникации. «Галактика Гуттенберга» сжимается до размеров «глобальной деревни» и возникает, по словам М. Маклюэна, «электронное сообщество».

Кроме позитивного значения техническая оснащённость визуальной коммуникации проявила себя и как мощное средство управления людьми, а информационные технологии стали предметом профессиональных занятий. На

этой основе возникают «информационные войны». Тенденциозность информационных сигналов состоит не только в искажении информации, или заведомой её ложности, но и в расчётливом выборе последовательности функционирования знаков, и их связи друг с другом. В настоящее время широко развивается мультимедийная виртуальная коммуникация на базе сети Интернет. Она массова и разнообразна, доступна и мозаична. На ее основе возникает «клиповое сознание и мышление» человека, создающее у него не целостную системную, а «мозаичную культуру» по словам А. А. Моля. Все это активно используют средства массовой информации и средства массовой коммуникации для манипулирования сознанием людей, и общественным мнением.

Деятельные носители культуры в виде разных форм действий и церемоний, ритуалов и празднеств, обычаев и обрядов связаны с предметной атрибутикой, что уже способствует их визуализации, особенно когда они ориентированы на сюжетные торжества и специальные маски и костюмы. У разных народов, разных этносов в системе их специфической культуры всегда существовали и существуют национально своеобразные ритуальные действия, обычаи, обряды, образующие традиционный уклад их культуры. Народы стараются сохранить эти специфические деятельные формы, хотя процесс глобализации на планете постепенно разрушает эту специфику. Сама по себе «глобализация» (термин введен в 1984 г. генеральным секретарем ООН Кофи Аннаном), конечно, способствует процессу сближения стран и народов, но в форме «вестернизации» или «американизации». Она грозит уничтожить этнические культуры вместе с их визуальными, знаковыми носителями. В связи с этим понятны два движения на планете, которые противостоят «глобализации», «антиглобализм» и «альтерглобализм». Специфика их состоит в том, что если «антиглобализм» принципиально и категорично выступает против глобализации, с ее явным утверждением на планете единого американского образа мыслей и жизни, то «альтерглобализм» стремится противопоставить глобализации в качестве альтернативы

интернационализацию, ибо интернационализм традиционно не противопоставлял себя патриотизму и утверждению национально-этнических культур, а наоборот предполагал единство с ним. Это вполне соответствует диалектическому принципу «единства в многообразии» – «единства общего и особенного». Данная проблема специально с аксиологических позиций рассмотрена в монографии «Современная глобализация: состояние и перспективы». Борьба с национализмом и сепаратизмом должна совершаться не с позиций метафизической «глобализации», а с позиций диалектической интернационализации в ее единстве с патриотизмом.

Деятельная трактовка одного из типов материальных носителей культуры является достаточно эвристичной, поскольку она выводит на деятельностное понимание самой культуры. Это представляется очень актуальным, потому что доминирует представление о культуре как совокупности произведений, продуктов, явлений, артефактов, что превращает культуру общества в ТЕКУ (*греч.* – собрание, хранилище) наподобие библиотеки, фильмотеки, дискотеки, иконотеки, фонотеки, согласно терминологии А. А. Моля. Культура – это не «застывшее», «мёртвое» собрание явлений, пусть даже как ценностей. Культура – это процессуальное, динамичное, функционирующее, коммуникативное образование. И этот её статус создает именно деятельностное её понимание, понимание культуры как культурной деятельности. Даже функциональная характеристика культуры благодаря такому её пониманию обретает определенность, потому что возникает необходимость исследовать функции культурной деятельности: производство культурных ценностей, распределение их, обмен, хранение, коллекционирование, инвентаризация, имитация, тиражирование, репродуцирование, реставрация, восприятие, потребление, возвращение и пр. И во всех этих функциях-процессах самое активное участие принимают виртуальные знаки, образы, символы, модели, копии с их экспрессивными, коммуникативными, креативными и мемориальными значениями. Более того, деятельностная трактовка культуры и её знаковой природы позволяет системно представить визуально-коммуникативную

деятельность во взаимодействии её базовых компонентов: субъекта, объекта, средств, процесса, условий, результатов, системы и среды.

Институциональные носители культуры в форме учреждений, организаций, заведений, союзов, фондов, музеев, «тек», школ, колледжей, вузов, академий, также нуждаются в визуализации, в оснащении своего функционирования визуальными знаками, символами, моделями, образами и прочими индикаторами, с учётом их специфики. Так же при создании визуальных образов институциональных носителей культуры должны быть учтены их функции: учебные, экспериментальные, мемориальные, экспозиционные, творческие, торговые, административные и т.д. Специфика этих институциональных форм, с их визуальными знаками, эмблемами, символами, хорошо исследована и представлена в многолетней деятельности Сенежской студии дизайна.

Визуальная символика социальных институтов культуры и даже социума в целом имеет особое значение для их узнавания, идентификации, сигнализации и регионализации, что очень значимо в современной системе социальной коммуникации. Уже представленное рассмотрение визуальных образов культуры позволяет понять их многообразное значение в системе социума. Но это значение усиливается в связи с тенденциями развития самого общества, его социальной структуры, его технического базиса, его научного потенциала и в том числе самих средств социальной коммуникации.

Индустриальная и особенно постиндустриальная эпоха создает всё более изощренные и технически оснащенные средства коммуникации в современном обществе. Эти средства коммуникации преодолевают ограниченность традиционных средств информации и обеспечивают возможность прямых и обратных связей между социальными субъектами. Но сам прогресс средств коммуникации при всем их разнообразии и даже переходе на цифровые системы связи отнюдь не отменяет существующие каналы приёма информации в виде внешних органов чувств человека. В каких бы материальных знаках ни выражалась информация она всё равно, действует на зрение, слух, обоняние,

осязание и орган вкуса человека. При этом зрительные, визуальные восприятия дают наибольший объем информации, превышающий 80% всей информации, получаемой человеком по каналам органов чувств. Совокупность всех средств визуальной информации создает в общественной жизни систему визуальной коммуникации, которая включает в себя графические, цвето-световые, объёмно-пластические, декоративно-орнаментальные знаки и знаковые системы как социальные семиотические образования, обладающие различным значением и выполняющие различные функции.

Традиционно формообразованием визуальных знаковых систем занимались и занимаются представители изобразительного искусства: художники графики, живописцы, скульпторы, а также деятели различных видов прикладного искусства, в частности дизайна, возникшего в первой четверти XX века. Различные нефигуративные выразительные методы и стили начала XX века: постимпрессионизм, кубизм, абстракционизм и другие, закономерно расширяли палитру изобразительных искусств, преодолевая реалистичное прямолинейное понимание визуальности традиционной живописи, графики, скульптуры и архитектуры. Первым дизайнером школы Баухауз и их последователям приходилось овладевать искусством создания образов нефигуративной визуальной коммуникации. Известный дизайнер Т. Мальдонадо писал: «Старые представления о природе красоты исчерпала себя. На её место приходит красота физически реального мира». Наличие предметных форм культуры наряду с нефигуративными продолжает существовать, и подробно рассматривается в монографии И.А. Чижовой «Предметная форма духовной культуры», где понятие визуальной культуры охватывает как предметные, реалистичные, так и нефигуративные образы, что представлено на примере традиций арабского искусства.

Носителями визуальной коммуникации являются визуальные знаки, которые при всей их конкретности или абстрактности обладают образной информацией, то есть способны представлять форму объектов: линейность, цвет, объём, в отличие от всех других чувственно данных знаков: слуховых,

обонятельных, вкусовых, тактильных. Эту особенность визуальных образов исследовала профессор Н.А. Дмитриева в работе «Образ и изображение», что также подтверждается законом «моноканальности эстетической информации», который открыл А.А. Моль. Согласно этому закону эстетическая информация, передаваемая по визуальному каналу, не может быть переведена другими средствами в полном объеме. Китайские иероглифы понятны, как японцу, так и корейцу, а фонетические китайский, японский и корейский языки звучат по-разному. Это говорит о том, что визуальные знаки содержат больше информации, чем аудиальные знаки, и имеют большую историческую сохранность во времени. Этот закон специально проанализирован в статье Т. В. Лебедевой в сборнике «Законы эстетики» из материалов 1-ой конференции «Нижегородского философского клуба».

Данный закон заставляет высоко оценивать образные знаки визуальных средств коммуникации, поскольку они, как сигналы эстетической информации, не могут быть заменены другими знаками. Отсюда и большое значение всей визуальной коммуникации. При этом можно учитывать и существующие типологии знаков культуры. В.А. Болдычева в исследовании «Культура как социальная память человечества» выделяет три вида объективированных форм культуры: вербальная, процессуальная, предметная. Что касается процессуальных и предметных форм, то они явно обладают визуальным характером с точки зрения графической, колористической и объемной подачи. Но знаки вербальные, знаки естественного и искусственного языка в их визуальном: графическом, цветовом и объемном проявлении тоже обладают коммуникативной образностью и эстетическим значением, что давно доказано, например, искусством каллиграфии, полиграфии или образцами промграфики в мировом дизайне. Вербальные знаки нуждались и нуждаются в визуализации в виде письма, знаков и знаковых систем, что основательно исследовал Ю.М. Лотман в работе «Семиосфера».

Образная природа визуальных средств коммуникации не должна пониматься однозначно, потому что сами средства коммуникации это всего

лишь материальные носители различных значений и смыслов, которые, чаще всего, бывают условными и заранее оговорены разными социальными группами, что и выражается в кодах и шифрах. Эта многозначность визуальных знаков находит выражение в различных терминах и понятиях, которые используются в литературе или в бытовой практике: метка, признак, след, копия, модель, сигнал, символ, имя, муляж и другие. Некоторые из этих терминов и понятий анализировал А. Ф. Лосев в своих публикациях. Конечно, все эти термины или понятия могут быть упорядочены и выстроены в логическую цепочку усиления подобия обозначаемому ими объекту. Это подобие, эта изоморфность знака по отношению объекту возрастают от абстрактного, ничего не значащего «следа – метки» до абсолютно уподобленного объекту «муляжа – копии». Всё это имеет значение для имитации, репродуцирования, копирования или уподоблений – «подделок», в том числе в искусстве и дизайне. В условиях борьбы с плагиатом, «художественным пиратством», задачами сохранения авторского права на интеллектуальную собственность, в частности, на промышленные образцы, фирменные знаки, названия, художественные произведения, значение анализа типологии визуальных образов приобретает не только теоретическую, но и практическую ценность.

В данном случае можно двигаться от использования исходного понятия «образ», производного от древнеславянского, а точнее болгарского слова «раж», т.е. «черта», «знак». В этом значении «образ» как «знак» характеризует результат отражения объекта в какой-то примитивной форме, в виде «метки» или «следа». Теория отражения трактует само отражение как результат – продукт воспроизведения свойств одной системы в свойствах другой системы, например: след ноги на снегу, образ человека в зеркале, движение столбика ртути в термометре и т.д. Главное состоит в том, чтобы след воздействия одной системы на другую систему воспроизводил какие-либо свойства действующего объекта в особенностях свойств воспринимающего объекта. Это могут быть линии, штрихи, цветные пятна, текстуры, фактуры, формообразования и т.п.

Здесь пока речь не идет об изоморфизме отражения как элементном и структурном подобии, например, образ человека в зеркале или на фото. Скорее, речь идёт о следе как об объекте, который оставляет знак своего наличия в другом объекте. В объективной реальности, в природе объекты оставляют свои признаки – следы человека, зверей, птиц. Признак это тоже след-метка, но он имеет индивидуальные черты, что отличает след волка от следа зайца, а след тигра от следа кабана. В целом след, метку, признак можно рассматривать как аналогичные тождественные понятия, и в этом в общем, для них значения использовать понятие знак. Этим самым мы из области теории отражения попадаем в область семиотики – науки о знаках, знаковых системах и их значениях.

Первое понятие в нашей типологии – это понятие **знак**, который уже обладает значением, пусть пока абстрактным, аморфным, неопределённым, но уже носителем какой-то информации. Эта информация закодирована в знаке, поэтому понимать её может лишь тот, кто владеет кодом. Для всех иных эти знаки недоступны: таковы, скажем, знаки землян, которые посылает НАСА, или китайские иероглифы для незнающего китайского языка, или секретные воинские знаки для противника.

Второе понятие – это **сигнал** как конкретизированный знак, обращённый к тому, кто знает код для расшифровки его значения. Академик А.В. Петровский писал, что «знак становится сигналом ситуативно», так как отправитель информации и адресат информации владеют одним и тем же кодом. Вот тогда действительно сигнал становится материальным носителем информации, а значит, предполагает и коммуникацию: значение сигнала знает и отправитель, и адресат, оба субъекта коммуникации.

Третье понятие – это **символ** как знак, который представляет своей формой иной объект, другое явление. У символа функция презентации, представления, обозначения не внешней формы, а внутреннего смыслового содержания. Например, гербы как символы государства или города; деньги как символ товарного мира; сфинкс как символ духовного и физического

могущества в форме мистического существа с головой человека и туловищем льва и т.д. В символе как бы присутствует подсказка кода, что облегчает его восприятие по сравнению с сигналом.

Иначе говоря, символ в отличие от знака и сигнала является более точным определением, ограничивающим многообразие интерпретаций. Более того, символ ограничивает выбор знаковой формы. «Символ труда» изображённый на советском флаге в виде серпа и молота на трудно себе представить в виде жезла и державы на российском флаге. То же можно сказать о «спортивном символе», олицетворяющем единство континентов планеты в виде «пяти колец Олимпийских игр», и о «символе согласия» в виде пожатия двух рук, примеров можно приводить множество. А, скажем, «Черный квадрат» или «Красный квадрат» Каземира Малевича – это не символы и не сигналы, а абстрактные знаки, допускающие многообразную их интерпретацию. Это мы обнаруживаем и при очень субъективной интерпретации значения того или иного цвета – красного, зеленого, желтого, синего и т.д. Можно привести тому несколько примеров на основе красного цвета. Красный цвет не может быть произвольно истолкован как «цвет крови» в произведении Ильи Ефимовича Репина «Иван Грозный и сын его Иван 16 ноября 1581 года», здесь «красный» скорее «символ трагедии и непоправимой утраты» в особенности с сочетанием с чёрным цветом, который добавляет отдельный смысл и отдельный эмоциональный оттенок. Не можем мы трактовать красный цвет на картине Г. М. Коржева «Поднимающий знамя» слишком однозначно, как цвет «призыва к борьбе». Таким образом, может быть выражена идея «приемственности» и «жертвенности». Совершенно другие настроения мы видим на полотне «Вихрь» Ф.А. Малявина, красный цвет создаёт в работе состояние праздника и движения жизни. Другое впечатление создает красный цвет в портрете «Папы Иннокентия X» знаменитого испанского художника Диего Веласкеса, красным цветом автор создаёт атмосферу «торжественной отстраненности» и «скрытой опасности», как бы говорящей: «ко мне не подходите». Эту проблему очень широко рассматривает Г.В.Ф. Гегель при анализе сравнения «знака» и

«символа» в «Философии духа»: «Знак отличен от символа, последний есть некоторое созерцание, собственная определенность которого по своей сущности и понятию является более или менее тем самым содержанием, которое оно как символ выражает; напротив, когда речь идет о знаке как таковом, то собственное содержание созерцания и то, коего оно является знаком, не имеют между собой ничего общего. В качестве обозначающей интеллигенция обнаруживает, поэтому большую свободу и власть при пользовании созерцанием, чем в качестве символизирующей». Эти глубокие мысли Г.В.Ф. Гегеля о соотношении знака и символа, знака и значения до сих пор не получили развития даже в герменевтике.

Оценивая отношение знака к избранному внешнему материалу, он подитоживает: «Знак следует рассматривать как нечто весьма важное. Если интеллигенция что-нибудь обозначила, то она тем самым покончила с содержанием созерцания и дала чувственному материалу в качестве его души чуждое ему самому значение. Та, например, кокарда, флаг или надгробный камень означают нечто совсем иное, чем то, на что они непосредственно указывают. Выступающая здесь произвольность соединения чувственного материала с общим представлением имеет своим необходимым следствием то, что приходится, сперва, научиться понимать значение знаков». Здесь можно сослаться и на известную работу Ганса Мюнха «Беспредметное искусство – ошибка против логики», в которой он диалектически рассматривает отношение общедоступности и общепонятности в абстрактном искусстве, в абстрактных знаковых построениях. Он доказывает, что знаковые композиции визуального искусства должны подчиняться законам, кодам, алгоритмам языка визуальных знаков.

Четвертое понятие – это **модель**. Модель ещё более близка, чем символ, к натуральному объекту, объекту, который она обозначает. Модель – это эвристический заместитель природы, а отнюдь не её копия. Модель условно воспроизводит лишь отдельные свойства природы: функциональные, субстратные, структурные, цветовые и прочие: модель моста, модель самолета,

модель ноги человека, модель электрической цепи и т.д. Моделирование возникло в середине XIX века, и было связано с необходимостью изучения таких объектов, которые или еще не созданы или недоступны исследованию, слишком дороги или запрещены для анализа. Модель не является копией природы, она отражает не все, а лишь некоторые свойства изучаемого объекта. Эта проблема специально рассматривается в нескольких теориях подобия Г. Л. Полисара. Модели могут быть демонстративными, но используются они чаще всего в эвристических, познавательных целях. Хотя экстраполяция знаний, полученных на модели, на саму природу очень условна и гипотетична.

Пятое понятие – копия вплоть до уподобленного объекту «муляжа». В рекламно-выставочной деятельности, в условиях тиражирования, репродуцирования продукции, многосерийного производства проблемы копирования, имитации, воспроизведения и идентификации стали особенно актуальными. В принципе, «копия – муляж» воспроизводит все основные свойства природы, «перво-образца», что сковывает творческую инициативу, импровизацию и экспромт. Это мы видим на образцах «народного дизайна» – художественных промыслов и ремёсел: хохломская роспись, городецкая резьба, дымковская игрушка, палехская миниатюра и т.д. Но это же обстоятельства усиливают возрастающие требования к творческим возможностям индустриального дизайнера, который в условиях жесткого, стандартного, унифицированного производства должен создавать оригинальные, образно-выразительные произведения. Отсюда становится понятной концепция модульного проектирования или концепция «открытой – незавершённой формы» в современном дизайне.

Таким образом, можно выстроить движение визуальных знаков от «абстрактно-неопределенных» до «максимально-приближенных» к объекту – природе, в следующем виде:

ЗНАК – СИГНАЛ – СИМВОЛ – МОДЕЛЬ – КОПИЯ

Образная природа всех этих пяти знаковых образований является всеобщей: образ может быть основан на знаке, сигнале, символе, модели или копии. Перед художником, дизайнером открываются перспективы ориентации в своем творчестве на тот или иной носитель образа. Это, в конечном счёте, определяет разнообразие творческих методов и стилей, школ и течений, индивидуальных манер, которые мы видим в развитии визуального искусства. Разнообразие изобразительных искусств поражает воображение количеством видов творческих направлений: классицизм, реализм, импрессионизм, пуантилизм, дивизионизм, экспрессионизм, кубизм, сюрреализм, фовизм, ташизм, абстракционизм. Некоторые авторы привержены только одному методу или стилю, другие экспериментируют. Представители французского классицизма, такие как Никола Пуссен, Эжен Делакруа, или художники русской академической школы: Орест Кипренский, Василий Тропинин, или мастера импрессионизма: Клод Моне, Огюст Ренуар, были оригинальны в своей манере, но писали в едином художественном стиле, свойственном их историческому времени, когда они творили. Художники Модерна Альфонс Муха, Гюстав Климт начинают сочетать красоту живой природы с декором и орнаментом. Визуальная коммуникация общества в форме искусств только выигрывает от этой неоднозначности и вариативности.

Из рассуждений о визуальных знаках-образах, сформированных культурой общества, которые существуют в разной информационно значимой форме, выходит, что мы часто имеем дело со «свершившимся фактом», с информацией, которая существует в образе одного или другого артефакта. В данном случае можно только догадываться, что хотел сказать художник в своей картине, какая идея заложена в архитектуре того или иного здания, что обозначают те или иные знаки и символы на предметах ритуала и быта. Приходится чаще говорить о времени создания, о стиле, о предназначении, об искусстве мастера. Вообще, часто историю культуры подавляющее количество людей отождествляют с историей искусств. Поэтому далее автор поднимает философские проблемы культуры через развитие визуальных знаковых систем,

в частности, историю письменности как наиболее подвижную и коммуникативную сферу в культуре.

Выводы по первой главе.

Подводя итог в исследованиях знаково-символических образов культуры, необходимо отметить, что в коммуникационной системе культуры общества наибольшую массовость и распространённость имеют визуальные артефакты и знаки, и соответственно, создаваемые ими визуальные образы. В сознании человека визуальные образы являются приоритетными, в виду их количественного перевеса по отношению к другим видам поступающей и перерабатываемой им информации. Визуальная информация сохраняется в сознании человека помимо его воли и механизмов мышления, что позволяет совершать манипулирование с его сознанием на основе визуальных образов и знаков, вовлекая его в визуальную коммуникацию в системе современной культуры. Визуальные образы обладают мощным потенциалом воздействия на сознание людей и формируют визуальную социально-культурную среду. Социально-культурная среда образуется путём материализации смыслов и значений в знаковые системы, которые имеют четыре типа носителей культуры: *предметно-вещественные, символично-языковые, процессуально-деятельностные* и *социально-институциональные*. В результате коммуникационного процесса социально-культурной деятельности человека визуальный знак, как носитель культуры, преобразуется в один из знаковых типов: *метка, знак, сигнал, символ, модель, копия*. Каждый из этих типов знаков обладает отличительными характеристиками, в соответствии с логикой визуальной динамики движения от абстрактно-неопределенной метки до натурально-уподобленной копии по отношению к объекту обозначения, тем самым выстраивается типологический ряд визуальных образов. Типология знаков и знаковых систем даёт возможность

категориальной оценки средств визуальной коммуникации в системе культуры, что принципиально важно при формировании средств визуальной коммуникации в условиях современной культуры и посткультуры. Описание знаковых систем носителей культуры и определение понятий знаковых типов позволяет понять их многообразное значение в системе культуры социума. В связи с тенденциями развития самого общества, его технического базиса и научного потенциала, его культурных взаимоотношений и социальной структуры, в том числе самих средств социальной коммуникации, значение визуальных образов многократно усиливается. Современное общество в условиях развитой индустрии технических средств коммуникаций преодолевает ограниченность традиционных вербальных и невербальных средств информации, обеспечивая возможность прямых и обратных связей между субъектами социума, где наиболее значимую роль начинают играть визуальные коммуникации, вследствие наибольшей скорости передачи и восприятия информации. Тем не менее, сам прогресс в совершенствовании средств коммуникаций при всём их разнообразии и активном использовании цифровых технологий не отменяет существующие каналы приёма и передачи информации в виде внешних органов чувств человека, и всего лишь расширяет полноту восприятия. Соответственно, можно предположить что знаки и знаковые системы, являясь средствами визуальной коммуникации, имеют семиотическую природу.

Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 1.

- Дайте определение визуальной культуре. Каковы три основных аспекта визуальной культуры?
- Перечислите и охарактеризуйте базовые типы знаковых носителей культуры.
- Опишите процесс отражения как основной принцип формообразования знаков и знаковых систем.
- Признаки теории отражения говорящие о наличии визуально-коммуникативной системы.
- Каковы информационные формы знаковых типов носителей визуальной культуры?
- Постройте типологическую модель знаковой системы по степени абстрактно-неразличимого обозначения к конкретно-образной натуре?
- Основные визуальные формы объективации значений и символов культуры.
- Привести примеры знаковых носителей визуальной культуры?
- Семиотическое понимание «Знака» как носителя визуальной культуры.
- Семиотическое понимание «Сигнала» как носителя визуальной культуры.
- Семиотическое понимание «Символа» как носителя визуальной культуры.
- Семиотическое понимание «Модели» как носителя визуальной культуры.
- Семиотическое понимание «Копии» как носителя визуальной культуры.
- Какова образная природа визуальных средств коммуникации?
- Сформулируйте отличительные характеристики каждого информационно-коммуникативного типа носителей визуальной культуры.

ГЛАВА 2

СЕМИОТИЧЕСКАЯ ПРИРОДА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Визуальные знаки всех типов и видов функционируют в системе социальных коммуникаций общества, поэтому они должны обладать и обладают всеми родовыми, общими признаками социальной коммуникации, или коммуникативной сферы, которая, безусловно, является семиотической. Следовательно, мы имеем полное право говорить о семиотической природе, о семиотическом характере визуальных знаков и образуемой при помощи их системе визуальной коммуникации.

Для характеристики семиотической природы визуальных знаков и всей визуальной коммуникации, имеют значение все четыре раздела семиотики как науке о знаках и знаковых системах: семантика, сигматика, синтактика, прагматика. Каждый из этих разделов семиотики обладает специфическим значением для исследования визуальных знаковых систем:

а) семантический анализ визуальных коммуникаций позволяет раскрыть много-аспектное значение визуальных знаков, их способности представлять образы объектов с той степенью точности и адекватности, которая определяется коммуникативной потребностью;

б) сигматический анализ знаков визуальной коммуникации дает возможность выявить формально-значимую специфику каждого типа и вида знаков от метки и сигнала до моделей и копий, что имеет практическое значение для графики или дизайна;

в) синтаксическое исследование знаковых построений в соответствии с правилами кодирования и алгоритмами шифров как своеобразной «порождающей грамматикой» языка знаков позволяет понять значение линейной и цветовой композиции при создании визуальных знаковых систем как специфической «визуальной речи»;

г) прагматический анализ визуальных знаков, секретов их кодирования, закономерностей применения и использования, расшифровки

и декодирования, понимания и интерпретации включает проблематику визуальной коммуникации в поле исследований герменевтики, без которой использование визуальных знаков становится бессмысленным.

Всё сказанное показывает большую значимость семиотического исследования визуальной коммуникации для установления диалогового общения людей и социальных субъектов в современных условиях развития социальной коммуникации. Монологические режимы связи власти и народа, государства и населения, доминирующей религии и конфессий, монополюльной философии и идеологии и их различных видов, которые утверждали тоталитарное, командно-директивное господство единой позиции, точки зрения, основанных на информации как односторонней связи, должны смениться диалоговым и полилоговым режимом, основанными на двусторонней – прямой и обратной связи в системе социальной коммуникации. Визуальные коммуникации в этой двухсторонней социальной связи ускоряют понимание и дополняют расшифровку значений и понятий. Вот почему в современном обществе средства массовой информации (СМИ) являются недостаточным фактором для общения, по сравнению со средствами массовой коммуникации (СМК).

2.1. Коммуникативные функции визуальных образов

Визуальные образы, включаясь в систему социальной коммуникации, начинают обретать коммуникативные функции в соответствии с родовой природой социальной коммуникации. Безусловно, все виды средств визуальной коммуникации – знаки, сигналы, символы, модели, копии – обладают коммуникативными свойствами, потому что обеспечивают связи людей, связи общностей и связи народов. Понятие коммуникации для визуальных знаков является доминирующим, поэтому все иные функции визуальных знаков необходимо рассматривать сквозь призму главной коммуникативной функции.

Конечно, при этом нельзя забывать о том, что визуальные знаки, прежде всего, выполняют экспрессивную функцию, то есть выражают, обозначают значения, в которых закодирован и смысл. Но эта экспрессивная функция является подчиненной коммуникативной функции, обслуживает коммуникативную функцию.

В то же время коммуникативная функция создает возможность для осуществления творческой функции, потому что она нуждается в информации, которая поступает по каналам коммуникации. Наконец, даже творческая функция визуальных средств и визуальных знаков, в конечном счете, нуждается в хранении, консервации результатов переработки информации, то есть в мемориальной функции.

Таким образом, с самого начала можно говорить о четырех взаимосвязанных функциях средств визуальных коммуникаций, среди которых доминирует коммуникативная функция: ***коммуникативной, экспрессивной, творческой и мемориальной.***

Коммуникативная функция базируется на информативной основе визуальных знаков как носителей информации. Если с понятием сигнала связывают представление о материальном носителе информации, то и сам по себе знак тоже является таким носителем, только информация в знаке

представлена как значение. Декодирование знаков, извлечение значения из знаков – это и есть получение информации. В семиотическом аспекте вполне можно рассматривать как идентичные понятия информации, значения или сообщения, хотя в строгом теоретико-информационном смысле информация – это «оригинальное», новое сообщение, а не «банальное». Именно в этом аспекте рассматривает эстетическую информацию А.А. Моль.

Информация как значение закладывается в знаки в процессе реализации экспрессивной функции как первичной. Но эта информация знаков, как их значение, не должна быть безадресной и невозвратной, потому что визуальные знаки в данном случае включаются в коммуникативную, а не только в информативную систему. Вот почему сама экспрессивная система «Отправитель – Знак – Адресат», выразительная по своей сути, превращается в коммуникативную систему «Отправитель – Знак – Адресат – Декодирование – Отправитель». В коммуникационную систему с прямыми и обратными связями значение отправляется в знаках адресату, который декодирует его и информирует об этом отправителя.

Реализация экспрессивной функции проектировщиком предполагает с его стороны решение семантической проблемы, т.е. какие знаки выбрать, как их оформить, решить графически и колористически. В ряде случаев разработчику визуальных знаков приходится по-новому, оригинально, творчески решать эту проблему, с учётом ограничений связанных с практикой регистрации интеллектуальной собственности. Количество визуальных знаков зарегистрированных ранее, до того велико, что разработчикам сложно предложить что-либо новое. Часто это происходит из-за отсутствия обратной связи между проектировщиками и служащих патентных бюро, так как проектировщики не имеют широкого доступа к спискам зарегистрированных знаков и промышленных образцов, а агенты патентных бюро мало разбираются в семиотической природе зарегистрированных образцов и принципах проектирования визуальных

образов. Если бы проектировщики и юристы руководствовались едиными критериями проектирования и оценки, то результаты по созданию качественных по содержанию и эстетике визуальных знаков были выше, и эффективнее с точки зрения систематизации творческих и регистрационных процессов. Да и «промышленные образцы» как виды интеллектуальных новаций дизайнеров, тоже содержат в себе визуальную знаковую различную характер.

Как мы видим, даже на этапе реализации экспрессивной функции художник-новатор может одновременно реализовать и творческую функцию, проектируя оригинальные визуальные знаковые системы. Авторские свидетельства охраняют результаты его новаторской деятельности, а при лицензировании к внедрению они могут давать экономический эффект.

В творческом процессе при создании визуальных образов проектировщики, художники, дизайнеры часто используют такие определения, как: «домысел», «вымысел», «ассоциация», «эвристика», «интуиция», «абстрагирование», «идеализация», «типизация», «символизация», «детализация» и т.п. В конечном счете, они формируют многообразие композиционных приемов и законов графической, цветовой и объемно-пластической композиции.

Ряд этих композиционных закономерностей анализируют дизайнеры Ю.С. Сомов и В.Б. Устин. Философию организационного проектирования, концептуально предваряющую создание гуманной предметно-пространственной среды, предлагает архитекторам и дизайнерам С.В. Норенков в серии публикаций по «архитектонике». Как решить проблемы цвета в композиции среды описывает в своих работах А.Г. Устинов, эстетические и психологические аспекты цвета расшифровывает Н.В. Серов и немецкий исследователь Г. Фрилинг, свою систематизацию и классификацию цвета предлагает О.В. Ильина. Вопросы

последовательности восприятия проектируемых объектов, динамики и статики в проектировании освещает и обосновывает А.В. Шаповал.

Мемориальная функция визуальных знаков связана с решением задач сохранения, консервации, коллекционирования артефактов и культурем, что выражается в визуальном оформлении экстерьера и интерьера зданий, музеев, экспозиций, архивов и разных тек: библиотек, фильмотек, фонотек, дискотек, иконотек. В экспозиционно-выставочном дизайне, а также в экспозиционной архитектуре накоплен большой опыт проектирования мемориальных комплексов, в частности, на основе синтеза множества видов искусств: архитектуры, живописи, графики, скульптуры, музыки, садово-паркового искусства, а также дизайна и многообразных его видов и подвидов: предметного дизайна, ландшафтного дизайна, фито-дизайна, светового дизайна и т.д.

Необходимость интеграции различных визуально-художественных средств и знаков в единых комплексах, прежде всего городской среды требует подготовки и специалиста нового типа, которого профессор С. В. Норенков называет «архитектоником» – композиционным организатором предметно-визуальных форм эстетической деятельности. В должностях главного художника города или главного архитектора, как изолированных друг от друга субъектов, отвечающих за эстетику городской среды, уже нет необходимости. Актуальность сегодня и в перспективе имеет такой специалист как «городской архитектор», способный понимать и проектировать гармоничные комплексы в урбанизированной среде. Разумеется, данный специалист при всей своей универсальности должен владеть и средствами визуальной коммуникации. Современная урбанистика, которая включает в себя проблемы архитектуры, рекламы, благоустройства, дорожной сигнализации и других коммуникационных систем, требует системного синтеза синкретических взаимосвязей. В центре внимания известного российского урбаниста академика «Национальной академии

дизайна» В.Л. Глазычева находились все эти проблемы, и он старался их реализовать как член Общественной палаты России.

Все обозначенные выше функции знаков визуальной коммуникации создают «семиосферу» социума и способствуют развитию герменевтики как науки о понимании знаков. Только это понимание необходимо продолжать системой интерпретации значения знаков, системой выявления смыслов, системой элиминации искажающих шумов, системой организации диалога отправителя и адресата, системой методов преодоления конфликтов и движения к консенсусу через временные компромиссы. В эту проблематику на уровне большого социума, сообщества людей включается современная социальная конфликтология. Всё это вписывается в проблематику теории социальных коммуникаций, число публикаций по которой увеличивается с каждым годом экспоненциально.

Появление в коммуникативной сфере, в коммуникативной деятельности не только прямых, но и обратных связей приводит к её компонентному и структурному усложнению, по сравнению с информативной сферой и информативной деятельностью. В визуальной коммуникации приходится анализировать двух субъектов – «отправитель» и «адресат», два значения знаков – «отправленный» и «полученный», два кода – «код у отправителя» и «код у адресата». А так же решать проблемы понимания, интерпретации, диалога с консенсусом или конфронтацией двух субъектов коммуникации.

Все виды знаков визуальной коммуникации, несущих образную нагрузку – значение, в той или иной форме, прежде всего необходимы для выражения определенной информации – объективации, со стороны того или иного субъекта – индивида или общности, художника или творческого коллектива. Эта информация как духовное содержание внутреннего мира человека, как его мысли, идеи, убеждения, интересы и т.д. может быть доступной другим людям только благодаря ее воплощению, объективации в различных материальных знаках, которые становятся носителями

информации как значения знаков. Вот почему первой функцией всех видов знаков, в том числе и визуальных, является экспрессивная функция, функция выражения, изображения, представления, презентации духовных, мыслительных, идеальных значений. Даже технику К. Маркс определял как «овеществленную силу знания». Живописные, скульптурные, графические, музыкальные, хореографические, театральные и другие художественные произведения – это овеществленное материализованное художественное сознание. Когда говорят о том, что религия или искусство, политика или право, наука или мораль являются формой общественного сознания, то имеют в виду именно эту материализацию, объективацию сознания религиозного, художественного, политического, правового, научного, нравственного в различных объективных, материальных формах.

«Язык, – писал К.Ф. Маркс, – есть непосредственная действительность мысли», и «на духе с самого начала существует отягощение материей». Говоря о языке как «материальной оболочке мыслей», К. Маркс подчеркивал: «Язык так же древен, как и сознание; язык есть практическое, существующее и для других людей и лишь тем самым существующее также и для меня самого, действительное сознание, и, подобно сознанию, язык возникает из потребности, настоятельной необходимости общения с другими людьми».

В данном случае К.Ф. Маркс фиксирует ряд важных моментов:

- существование духовного сознания в материальной форме языка;
- необходимость выражения для целей общения;
- двуобращенность языка как носителя сознания к другим людям и к самому индивиду.

Здесь нам важно,

во-первых, подчеркнуть взаимозависимость экспрессивной и коммуникативной функции языка как знакового образования: выражение и общение взаимосвязаны, язык нужен и для самого человека и для других людей;

во-вторых, язык является не единственным средством материализации, объективации духовного сознания даже во всем богатстве его естественных (свыше 6,5 тысяч) и искусственных видов (эсперанто, азбука Морзе, язык дорожной сигнализации и т.д.).

Значение знаков в сознании человека может выражаться в *предметной форме* – гербы, знамена, вещи; в *процессуальной форме* – обычаи, обряды, ритуальные действия, поступки; в *институциональной форме* – организации, учреждения; и, разумеется, в *языковой форме* – устной, письменной, естественной и искусственной. При этом все четыре формы объективации: предметы, процессы, институты и языки, являются одновременно *знаковыми системами*, совокупностью знаков.

В частности, коммуникативно-знаковая природа продуктов дизайнерской деятельности впервые основательно исследована профессором Л.Н. Безмоздиным, что преодолевает узко-утилитарное или функционально-конструктивное понимание дизайна только как технико-экономического явления. Против такого узкого понимания дизайна неоднократно выступал Т. Мальдонадо, когда исполнял обязанности президента Международного совета организаций индустриального дизайна / International Council of Societies of Industrial Design (ИКСИД / ICSID).

Итак, прежде всего мы выявили экспрессивную функцию визуальных знаков – образов и её ориентированность на коммуникативную функцию: выражения для общения. Но со всей определенностью необходимо между ними представить как сравнительно нейтральную информативную функцию, которая как бы предваряет коммуникативную функцию. Это, в частности, находит выражение в широко распространенном обозначении современных технических и знаковых средств как СМИ, как средствам информации, а не средствами коммуникации. Информация, как известно, обращена от отправителя к адресату, она однонаправлена и не ждет рефлексии, реакции, ответа. В исходном движении визуального обозначения этого бывает достаточно: вся реклама, например, это хорошо

иллюстрирует. Коммуникация же предполагает взаимосвязь, единство прямых и обратных связей, движение от отправителя к адресату и наоборот. В то же время следует сказать, что коммуникация предполагает первичную информацию, поэтому для отправителя, как первичного субъекта, важно выразиться (экспрессивная функция) и проинформировать других (информативная функция). В связи с этим еще раз необходимо подчеркнуть великую роль СМИ в современном обществе. Исследуя этот вопрос, А.А. Моль оценил значение СМИ выше, чем само общественное бытие: «сегодня не общественное бытие определяет общественное сознание, а СМИ». Следовательно, тот, кто владеет СМИ, тот и определяет общественное сознание людей, общественное мнение. И это действительно так, в чем мы убеждаемся, глядя на все процессы в постперестроечной России. Более того, это осознание роли СМИ привело в последнее время к их трансформации в СМК, в средства массовой коммуникации с прямыми и обратными связями.

Коммуникативная функция визуальных знаков, особенно учитывая великую роль зрения и видеоинформации, является основной. Она не только базируется на экспрессивной и информативной функциях, но и определяет возможность существования творческой и мемориальной функций. В коммуникативном функционировании усложняются связи и компоненты, что отличает коммуникативную деятельность от информационной деятельности. Отправитель, располагая информацией, кодирует ее в знаках и передает, транслирует адресату, который должен декодировать значение знаков и получить информацию, отправленную отправителем. При этом адресат-получатель должен понять информацию, интерпретировать ее, вступить в диалог с отправителем и убедиться в адекватности, идентичности кодов и значений, что может привести к консенсусу или конфронтации (Рис. 1). Убедиться в этом можно, анализируя мнения, оценки, трактовки не только собеседников, но и судей,

экспертов, публики при проведении интерактивных дискуссий, круглых столов, поединков, открытых студий на каналах российского телевидения.

Все означенное выше возлагает на создателя визуальных знаков и знаковых систем любого типа и вида ответственность за точность, выразительность и целевые установки знаков, сигналов, символов. Некорректное их воспроизведение и формообразование может внести противоречия в общество, породить непонимание отправителя и адресата. Поскольку методы формообразования визуальных знаков и знаковых систем идентичны, то очень часто происходит подмена значений и понятий одних и тех же знаков и знаковых систем.



Рис. 1. Коммуникативный процесс СМИ и СМК.

Коммуникативная функция визуальных знаков создает возможности для осуществления творческой функции, ибо передаваемые и получаемые знаки вместе с их значением есть тот образный язык, который является средством творчества, творческого оперирования с элементами информативно обогащенного сознания субъекта. Классические творческие операции в виде типизации, идеализации или символизации, рождающие образы-типы, образы-идеалы и образы-символы в XX веке обогащаются такими операциями как геометризация, денатурализация, анимация,

гиперболизация, вымысел, домысел, детализация и другие, представленные или частично или как доминанты в кубизме, абстракционизме, сюрреализме, дадаизме, футуризме, оп-арте, эль-арте и других художественных течениях и методах.

Визуальная коммуникация обогащается и за счет подключения к линейной, цветовой и объемной палитре художников богатых знаковых средств тоже визуального характера таких видов творчества как художественная фотография, фотографика, кино, мультипликация, хореография, декоративная хирургия, косметика, макияж и других творческих направлений. Оп-арт обогатил визуальную коммуникацию световыми эффектами, а эль-арт – кинематическими. Визуальные образы перестали быть статичными, они обрели хореографическую пластику и динамику, что сегодня активно демонстрируется разными видами компьютерной графики, живописи или дизайна. Главное состоит в том, что визуальная коммуникация обогащается творческо-креативной функцией. Показательна в этом отношении творческая деятельность Специального конструкторского бюро «Прометей» в городе Казань, возглавляемого профессором Б. М. Галеевым и создавшего новое направление в синэстезии – свето-музыкальную хореографию: единство цвета, музыки и движения в одном произведении. Эксперименты в области синтеза искусств будут продолжаться, но важно и то, что осуществляются они, прежде всего, на базе визуальных знаков.

Наконец, на основе коммуникативной функции визуальных образов создается возможность формирования и стабилизации мемориальной функции, функции социальной памяти человечества. Благодаря мемориальной функции – хранение, консервация визуальной информации, осуществляется межпоколенная связь людей и социализация новых поколений. Памятники, выставочные залы, галереи, музеи, экспозиционные центры хранят и транслируют образную информацию, выраженную в визуальных знаках. Археологические, этнографические и исторические

исследования позволяют по визуальным артефактам восстанавливать культуру народов, эпох и поколений.

Мемориальную функцию коммуникативных средств в истории человечества определило существование нескольких ТЕК-хранилищ, которые специально выделяет и исследует А.А. Моль в монографии «Социодинамика культуры»: библиотеки, фильмотеки, иконотеки, дискотеки, фонотеки. В них сосредотачиваются артефакты, как искусственные носители культурем, информационных знаков культуры. Благодаря системе артефактов, тек и культурем возможно существование и развитие герменевтики, семиотики, аксиологии, праксиологии, культурологи и других областей науки, изучающих культуру общества по визуально-знаковым носителям. Эти исследования представлены в работах многочисленных авторов: А.Ф. Лосева, Ю.М. Лотмана, Ю.В. Ананьева, В.А. Болдычева, Г. Клауса, Л.А. Зеленова, А.С. Балакшина, А.А. Владимирова и других.

Все коммуникативные функции в единстве и взаимодействии определяют реальное функционирование культуры общества во всех ее видах: художественном, религиозном, политическом, правовом, спортивном, техническом, нравственном, медицинском, педагогическом, экономическом и других. Многомерность самой культуры определяет многомерность ее знаков–носителей и многофункциональность визуальных образов. Естественно, что создатели визуальных знаковых систем художники, дизайнеры, проектировщики должны учитывать это в своей практической деятельности. Общая модель коммуникативных функций визуальных знаков может быть представлена в следующей схеме на Рис.2. Особенно следует сказать об аксиологическом аспекте визуальных коммуникаций. Дело в том, что такие понятия как знак, значение, информация, коммуникация являются нейтральными с аксиологической точки зрения, с точки зрения ценностей позиции. Визуальная коммуникация может быть позитивно значимой или негативно значимой, истинной или ложной, положительной или

отрицательной, ценной или антиценной. Это хорошо известно при оценке рекламы, рекламных роликов, этикеток, шоу-программ и т.д. Визуальные знаки могут как информировать, так и дезинформировать человека, обманывать и зомбировать его. Аксиология как наука и изучает

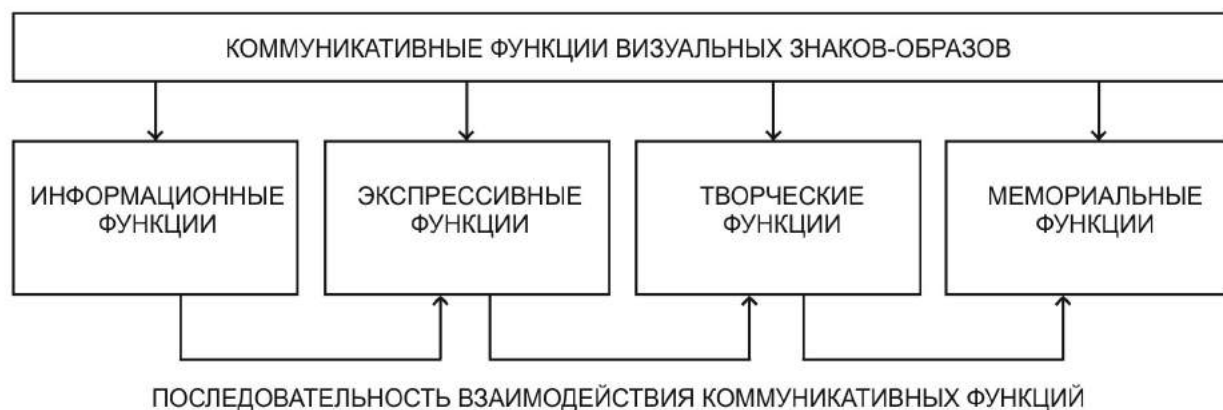


Рис. 2. Коммуникативные функции визуальных знаков-образов.

ценностное значение артефактов, понятие ценности и антиценности, оценки и форм ее выражения, т.е. исследует ценности, ценностные отношения и ценностное сознание. Этим своим значением она помогает философам от культуры дифференцировать культуру и антикультуру, предупреждает об опасности говорить о «фашистской культуре», «реакционной культуре», «черностенной культуре» и т.п. В народной терминологии с понятием «культура» всегда связывали только позитивное, положительное, ценное значение того или иного явления жизни: есть земледелие, а есть и культура земледелия; есть речь, но есть и культура речи; есть поведение, но есть и культура поведения и т.д.. Современная философия культуры недостаточно дифференцирует культуру и антикультуру, культуру и псевдокультуру. Обо всем этом специально говорится в ряде работ нижегородских философов, таких как М.В. Бронский, Л.А. Зеленов, А.С. Балакшин, А.А. Владимиров.

Культура – это совокупность ценностей, позитивно-значимых социальных явлений. Ценности – это те явления, которые соответствуют мере человека, мере человеческого рода, то есть способствуют

утверждению и развитию родовых человеческих качеств: сознания, языка, общения, деятельности. Антиценности, образующие антикультуру, приводят к деградации человека, отрицательно влияют на родовые качества человека, разрушают их, деформируют. Знаковые средства визуальной коммуникации призваны оказывать позитивное влияние на человека, а не зомбировать его, не манипулировать его сознанием и поведением. Задача дизайнера как «полномочного представителя потребителей» в сфере производства и коммерции и состоит в том, чтобы создавать такие визуальные коммуникации, которые бы ограждали человека от пагубного воздействия ложных информативных знаковых систем. Люди нуждаются в позитивной информации о товарах и услугах, о сервисе, об экспозициях, фильмах, развлечениях, играх и т.д., а не в «ложной рекламе». Генри Форд говорил: «Лучшая реклама – качество товара». Томас Мальдонадо справедливо критиковал, так называемый, «коммерческий дизайн» с его стайлингом и визуальной бутафорией, и отстаивал гуманистический и эстетически выразительный дизайн, к чему присоединяется автор данного исследования.

2.2. Взаимосвязь знаков и значений визуальных образов

Семиотическая проблематика визуальных образов при всех аспектах её анализа: семантическом, сигматическом, синтаксическом, прагматическом основана в границах семиотики как науки на двух базовых родовых понятиях: **знак** и **значение**. Исследование взаимосвязи знаков и значений – это главная проблема семиотики. Она не только универсально пронизывает содержание самой семиотики, но определяет содержание, основанных на ней таких областей знания как герменевтика, праксиология, теория социальных коммуникаций, теория диалогового общения и других наук изучающих коммуникативные связи. Это находит отражение в многочисленной литературе по семиотической проблематике, таких

авторов: Ч.С. Пирс, Ч.У. Моррис, Н. Луман, К. Маннгейм, М. Пахтер и Ч. Лэндри, Ю.М. Лотман, Н. Луман, М.С. Каган, Г. Клаус, Е. Мелибруда и др.

Единство знаков и значений образует знаковые системы, которые изучает семиотика. Значение как информация кодируется в значках, что создает знаковую систему как «текст», по Ю.М. Лотману, поскольку знаки являются «языком», «строительным материалом» для значения. В информационном поле знаковая система предстает с однонаправленным движением: от отправителя к адресату. Отправитель сообщения обладает информацией, которая передается им безымянному, абстрактному адресату, реклама на улице – классический тому пример. Этот абстрактный адресат может игнорировать визуальные знаки, может их ложно истолковать, но он не может ответить отправителю, интерактивность как наличие обратных связей отсутствует. В этом и состоит ограниченность информационной сферы и информационной деятельности. И это обстоятельство должны учитывать создатели визуальных знаков и знаковых систем. Совсем иное дело, когда визуальные знаки, как носители значений информации, функционируют в коммуникативной сфере, которая предполагает прямые и обратные связи, и ориентирована на обратный ответ адресата. Данная сфера предполагает общение двух и нескольких социальных субъектов.

Коммуникация как социальное общение предполагает наличие одного и того же кода – шифра, алгоритма кодирования у отправителя и получателя сообщения или информации, чтобы состоялись не только прием информации, но и правильное её понимание. Наличие различных кодов у отправителя и адресата, превращает коммуникативную среду просто в информационную среду, когда потоки информации идут односторонне: или от отправителя к адресату, или от адресата к отправителю. Общение в такой ситуации состояться не может, хотя одностороннее сообщение существует. Но социум с его системой социальной коммуникации заинтересован именно в социальном общении, поэтому в обществе постепенно налаживается интерактивная связь, осуществляется перевод значения знаков,

формируется служба посредников, медиаторов, переводчиков, интерпретаторов, экспертов консультантов и т.д. Когда коды отправителя и адресата разные и взаимопонимание может не состояться, тогда и привлекаются посредники, медиаторы, от профессионализма и добросовестности которых зависит адекватность перевода информации и, следовательно, создание благоприятных условий для взаимопонимания и общения. Но посредник, медиатор может неверно или не точно перевести значение знаков, осуществить ложную их интерпретацию, искаженно истолковать значение, вносить шумы в поток информации, добавлять или убавлять значения, ангажировать текст, что может привести к разладу, кризису, катастрофе коммуникативной среды. Военные или хакеры, маркетологи или «папарацци» хорошо знают эти коммуникационные ситуации, и умело используют их в своих благих, а зачастую, и не чисто плотных целях.

В движении к взаимопониманию, консенсусу или, в крайнем случае, компромиссу, а именно это предполагает коммуникация, приходится преодолевать множество препятствий. К тому же, с последней четверти XX века в мире стали постоянно возникать «информационные войны», и коммуникативная сфера общества, усиленная мощной сетью Интернет, начинает испытывать деформации и кризисные состояния. Появились специалисты по дезинформации и по целенаправленному сбору заведомо ложной приватной и криминальной информации, прежде всего об известных людях, «звездах», предпринимателях, политических деятелях и других людях представляющих коммерческий и политический интерес в определённых кругах.

В связи со сказанным необходимо разграничивать часто отождествляемые в литературе и в обыденном обращении понятия «отношение», «связь» и «общение». Самым широким и общим среди них является понятие «отношение», которое может отражать самые разные формы сосуществования объектов: пространственные, временные, причинно-

следственные, межгосударственные, межличностные, суммативные, генетические, функциональные и т.д. Г.В.Ф. Гегель в «Науке логики» даже само существование определял через отношение: «существовать» значит «находиться в отношении». Это очень абстрактное определение, но оно и схватывает пока неопределенный, абстрактный характер сосуществования, рядоположенности объектов. Но уже фиксация того, что два явления находятся в отношении друг к другу, позволяет конкретизировать это отношение через выявление сходства и различия этих явлений, учитывая, что абсолютно схожих и различных явлений не бывает. Отношение сходства и можно интерпретировать как связь, единство, общность, а отношение различия как отграниченность, обособленность, специфичность. Тогда и отношение предстает как противоречивое единство связи и отграниченности, что не позволяет отождествлять отношения и связь. Есть международные отношения, и есть международные связи, есть торговые отношения и есть торговые связи, а так же политические, правовые, нравственные, религиозные, педагогические, научные отношения.

Визуальные знаки в коммуникативной сфере могут выражать оба значения тех или иных отношений: значение сходства или значение различия, значение дружбы или вражды, единства или конфронтации. И это должен понимать разработчик знаковых систем. А если содержательно интерпретировать социальные коммуникации, то в них и можно обнаружить двойные тенденции развития: в сторону усиления связей, единства, общности в сторону усиления отграниченности, обособления, вражды, изоляции и т.д. Это проявляется как в межгосударственных, международных, межэтнических, так и в межличностных, межпрофессиональных, межконфессиональных отношениях. Все это имеет важное значение для современной социальной конфликтологии, которая опирается на данные социологического, статистического, социально-коммуникативного анализа. Данный коммуникативный анализ делается с учетом индикации, знакового обозначения характера, типа аксиологической

значимости тех или иных отношений социальных субъектов: личностей, партий, народностей, союзов, конфессий и т.д.

В конфликтологии установилось правило четырёх вариантной оценки развития отношений социальных субъектов: два позитивных варианта – *компромисс* и *консенсус* и два негативных – *конфронтация* и *катастрофа*. Для политических деятелей и для специалистов в области социальных коммуникаций такое значение отношений субъектов представляет несомненную ценность.

Высоким информативным значением знаки визуального характера начинают обладать, когда они превращаются в сигналы. В этом отношении является важным переход от обезличенной метки к конкретно значимому знаку и от него к сигналу. Определение сигнала давно закрепилось в литературе как материального носителя информации, хотя и знак является носителем информации как своего значения. Вероятно, ценность представляет трактовка сигнального значения знака в связи с конкретной, конвенциональной, заранее оговоренной ситуации: «знак становится сигналом ситуативно». Это хорошо видно на примере знаков дорожной сигнализации, морской и речной сигнализации и т.д. Сигнальный характер визуальных знаков имеет важное значение для понимания превращения социальных отношений в социальное общение коммуникативной сферы общества. Общение более конкретно и содержательно, чем отношение. Сам термин «общение» был впервые введен Аристотелем. Общение понималось им как основа для возникновения искусства, культуры и языка.

В общении сохраняются полярности связи и отграниченности, сходства и различия, которые представлены в отношении, поэтому само общение может быть дружественным или враждебным, общением содействия или противодействия. Скажем, если в соревновании в советское время акцент делался на взаимопомощь, то современная конкуренция демонстрирует доминирование состязательности вплоть до уничтожения конкурента не только морально, но и физически.

Общение – это взаимодействие между людьми в любом виде деятельности: в производстве вещей, в образовании, в искусстве, в науке, в медицине и т.д. Общение – это единственная возможность для человеческого индивида стать личностью, стать человеком, идентичным другим людям. Поэтому ещё Аристотель называл человека «общественным животным». Эта задача социализации решается в процессе социального общения и в главном его виде – педагогическом общении. Поскольку педагогическая деятельность или весь процесс социализации – это межпоколенная трансляция социального опыта человечества, постольку содержание ее и определяется составом социального опыта, который генетически не передается. Анализ содержания социального опыта человечества, а в его аксиологической интерпретации, также и культуры, показывает, что в нем существуют три блока, три подсистемы социальных ценностей: информационная культура (знания), праксиологическая культура (умения) и мотивационная культура (социальные установки). Из этого следует, что сама социализация как механизм передачи, трансляции культуры, социального опыта человечества включает в себя три процесса, три функции, которые традиционно в педагогическом аспекте называются **образованием, обучением и воспитанием**.

Тогда для нас с точки зрения трансформации социальных отношений в социальное общение в коммуникативной сфере становятся понятными механизмы этой трансформации: содержательное, культурное, социальное насыщение социальных отношений субъектов **информационным опытом – образование, праксиологическим опытом – обучение и мотивационным опытом – воспитание**. Вот тогда общение становится действительным, реальным, содержательным взаимодействием субъектов, а для этого и нужны все средства социальной коммуникации, в частности, система визуальных знаков, образов, символов и сигналов.

Характер и результаты общения определяются сходством или различием, общностью знаний или конфронтацией знаний, умений или

ценностных ориентаций, что методологически учитывает современная конфликтология. Визуальные знаки, которые могут иметь значения тех или иных знаний, умений и ценностных установок, т.е. трёх подсистем культуры или социального опыта человечества, и могут в системной организации по аналогии с библиотеками, фильмотеками, дискотеками создавать свои специальные информационные хранилища – теки: информотеки, праксиотеки, аксиотеки – накопители и хранилища консервации знаний, умений и ценностей. Это своеобразный социально-коммуникативный тезаурус социума, который может передаваться по каналам социальной программы наследования. В этом отношении интерес представляет первая попытка разработки подобного типа тезауруса профессором В.А. Блюмкиным. В этой работе систематизированы и содержательно интерпретированы значения около 1500 этических терминов-знаков, выражающих те или иные позитивные или негативные моральные, нравственные качества с аксиологической точки зрения. Так же в Томске и Тюмени с конца 70-ых годов XX века под руководством профессоров Ф.А. Селиванова и В. И. Бакштановского зародилась школа отечественной прикладной этики, и издаваемые под их редакцией издания «Практикум по этике», «Практикум по философии» имеют большое культурно-педагогическое значение.

Система средств визуальной коммуникации со всем богатством ее типов и видов, форм и знаков при использовании сети интернет может оказаться очень полезной с точки зрения создания мировой энциклопедии знаний, умений и ценностей. При этом речь не идет о суетных, случайных, эфемерных знаниях, умениях и ценностях, число которых бесконечно, а о существенных и константных компонентах социального опыта.

Значения, как информация о знаниях, умениях и ценностях, выраженные в знаках, образуют некоторые системы, которые терминологически обозначаются как «тексты» или как артефакты и культуремы. Это уже не единичные и разрозненные знаки, а комплексы,

композиции, интеграции. Ю.М. Лотман, характеризуя понятие «текст», писал: «Единство текста как неделимого знака обеспечивается всеми уровнями его организации, в особенности композицией». Здесь помогает понять специфику знаковых систем понимание системы как структурированного состава, т.е. как единства состава компонентов и структуры как способа их организации. Композиция в отношении знаковых систем выполняет функцию организации, структурирования компонентов, т.е. знаков системы. *Метаморфозы знаковых систем* могут совершаться одним из трех способов: *компонентное изменение* (альтернативы знаков), *структурное изменение* (альтернативы композиций) и *целостное изменение* (альтернативы знаков и структуры). Все многообразие современной системы визуальных коммуникаций создается этими знаково-композиционными метаморфозами, что позволяет говорить о виртуальной непредсказуемости модификаций знаковых систем. Это имеет принципиальное значение для понимания сущности творчества в области визуально-знаковой коммуникации. Секрет творчества, как показывают исследования А.А. Моля, заключается в вариативной композиции мышления человека, когда он из одних и тех же компонентов, знаков может создавать различные, разнообразные и многообразные композиции. Исследования психолога В.Ф. Ломова показывают, что сенсорные ощущения человека количественно идентичны друг другу: 7 нот, 7 цветов, 7 вкусовых ощущений, 7 тактильных ощущений, 7 обонятельных ощущений. Из этого ограниченного количества, сенсорных знаков созданы все звуковые, зрительные, вкусовые, тактильные, обонятельные композиции, сочетания, произведения.

Кодированный характер знаковых систем определяет необходимость обсуждения проблемы «общепонятности» и «общедоступности» визуальных знаков, в частности. Эту проблему впервые поднял немецкий художник-абстракционист Ганс Мюнх в 60-ых годах XX века, когда он осознал разрушительную роль абстрактного искусства по отношению к языку

реалистической живописи. И после года издательских мытарств ему удалось издать свою работу с серией контраргументов в отношении абстракционизма. Главный из этих контраргументов состоял в том, что абстракционизм разрушает знаковую систему, композиционные коды языка живописи, прежде всего. В связи с этим он утверждал, что любое произведение искусства должно быть общепонятным, даже при тех обстоятельствах, что оно является необщедоступным.

Это вполне согласуется с семиотическим учением о знаковых системах с их кодированным и необщедоступным характером: для человека, не владеющего кодом, знаковая система не доступна, но она может стать понятной, когда код известен. Функцию кода, шифра, алгоритма выполняет композиция, структура, организация знаков. Владение линейно-графической, цвето-световой и объемно-пластической композицией, её законами, её правилами – это важное слагаемое в профессиональной культуре не только дизайнера или живописца, графика, скульптора, но и любого представителя художественной, и художественно-прикладной деятельности.

Культура как семиотическое образование не поддается строгому научному, рационально-логическому познанию и нуждается в эмоционально-чувственных способах её постижения, что и выводит нас на проблемы образного мышления человека, на проблемы развития «право-полушарного» сознания человека, его воображения, интуиции и эвристических способностей. Данные проблемы широко рассмотрены в сборнике «Наука и повседневность» – коммуникации, междисциплинарность, металингвистика. Именно герменевтика, герменевтическая методология, основанная на семиотике, позволяет адекватно понять семиосферу как универсальный аспект общественной жизни. Здесь, правда, уже недостаточно оперировать ее традиционными понятиями: понимание и интерпретация. Необходимо исследование логики герменевтического мышления в поле культуры, в поле знаковых систем.

Стремление преодолеть ограниченность герменевтики, вывести её на праксиологию и прагматику, обосновать ее семиотическую природу стремятся в последнее время многие авторы. Характерны в этом отношении материалы I-го Всероссийского философского конгресса, опубликованные в сборнике «Философия XX века: школы и концепции»: Х.С. Гафаров «Теоретические проблемы современной герменевтики»; Б.Г. Соколов «Гипертекстовое построение истории»; П. В. Банковский «Что есть истина в герменевтике»; В.С. Верков «Соотношение понимания и познания»; В. П. Большаков «О смысле и значении разных образов культуры в современной России».

Можно продемонстрировать актуальность герменевтического анализа знаковых систем богатством ее категориального аппарата, аппарата без которого не может обойтись философия культуры и семиотика. Герменевтика апеллирует широким спектром понятий, например такими понятиями как: «знак», «значение», «символ», «понимание», «интерпретация», «оценка», «трактовка», «эмпатия», «чувствование», «ценность», «обозначение», «диалог», «символ», «архетип», «ритуал», «нарратив», «ризома» и многими другими. Больше число понятия включены в герменевтику из других областей знания, но они по-новому осмыслены. Если один из основоположников герменевтики Х.-Г. Гадамер в работе «Истина и метод» преимущественно анализировал произведения искусства (эстетическая герменевтика), артефакты (историко-предметная герменевтика) и язык (лингвистическая герменевтика), то в современных исследованиях представлены работы по педагогической, политической, мифологической, менеджерской, маркетинговой, коммуникативной герменевтике и другим её видам. Хочется отметить некоторых авторов, имеющих публикации в данном направлении науки: А.В. Дахин, Ю.С. Степанов, А.И. Субетто, И.И. Сулима, А.Е. Куделин и др.

Герменевтическое понятие «понимание» в свете семиотической трактовки знаковых систем получает свое более полное осмысление, с

учетом проникновения человеческого сознания во все более глубокие уровни и слои содержания знаков. Знаки и знаковые системы в контексте эстетического восприятия были описаны такими исследователями как Роман Ингарден и Николай Гартман.

Если сознание, образы сознания, идеальные концепты, духовные образования трактовать как «знаки-модели», «знаки-образы», «знаки-копии» объективной реальности, то его можно понять как «первичную моделирующую систему». Сознание – это отражение действительности. Как говорил К. Маркс: «Идеальное есть не что иное, как материальное, пересаженное в человеческую голову и преобразованное в ней». Но уже трактовка языка как знаковой системы, как материальной оболочки мыслей, как формы материализации сознания заставляет говорить о существовании «вторичных моделирующих систем» в качестве которых и выступают все знаковые системы и системы визуальных знаков.

Тогда само *моделирование как отражение объекта можно представить в двух формах его существования* (Рис. 3):

Во-первых, *как отражение*, моделирование реальных объектов-натур в духовных образах-моделях, которые и можно назвать первичными значениями данных объектов;

Во-вторых, *как моделирование*, отражение этих образов-значений в материальных знаках и знаковых системах, которые обладают не только первичным значением, которое выражено отправителем, но и вторичным смыслом, который извлекает из знаков адресат.

Проблематика понимания в таком случае увеличивается, и в герменевтическом отношении выстраивается цепочка:

- а) понимание значения знака в его отношении к обозначаемому объекту (семантика);
- б) понимание значения знака как такового (сигматика);
- в) понимание смысла значения, выражаемого знаком (прагматика).

Герменевтическое движение значения усложняется, потому что оно

начинает выступать многогранно:

- как отраженный объект,
- как выраженное в знаке содержание,
- как понятое значение другим субъектом,
- как индивидуально интерпретированное значение.

Если анализировать герменевтику с позиций строгих научных критериев, то нельзя не высказать критических оценок относительно ее сегодняшнего состояния. Герменевтика в своем понятийном аппарате, апеллируя такими понятиями как имидж, симулякр, нарратив, ризома и тому подобные, опускается до уровня обыденного, повседневного сознания, что усиливается в современных условиях торжества постмодернизма с его эклектикой, плюрализмом, субъективизмом, дискурсами, опускаясь до словесных штампов: «как бы...», «здесь и теперь», «мне кажется...» и т.д.



Рис. 3. Понимание знака и знаковых систем.

Такое аморфное состояние может быть преодолено при использовании диалектического принципа деятельности, деятельностного подхода в понимании оперирования знаками и знаковыми системами, когда семиотическая деятельность перерастает в герменевтическую деятельность.

Данный подход представляется тем более эвристичным, что он смыкается с коммуникативной деятельностью, которая конструирует систему визуальных коммуникаций. В принципиальном плане, эскизно можно дать характеристику основным компонентам коммуникативной деятельности, в которой функционируют знаковые системы (Рис. 4).

Объект коммуникации – это не сами значения, смыслы, сообщения и другие информативные образования, а реальные естественные и искусственные явления, которые отражаются, познаются, оцениваются человеком-субъектом при помощи сознания. Иначе говоря, объекты коммуникации не создаются сознанием из самого себя, а являются результатом отражения, восприятия, познания и предстают как значения выражения в знаках.

Субъект коммуникации – это люди, наделенные сознанием и волей, т.е. социальные субъекты. Они обладают интенцией и способностью постижения объекта, а также способностью оперировать информацией, оперировать знаками, создавать знаковые системы. В данном случае имеется в виду первичный субъект как отправитель информации, закодированной в знаках.

Средства коммуникации – это вся совокупность знаков и технических средств, для их обработки, организации и передачи, в том числе и набора кодов и композиционных приемов.

Процесс коммуникации – это вся совокупность операций, которые совершает субъект при создании знаковых систем: получение, хранение, переработка и передача информации.

Продукт коммуникации. В данном случае имеется в виду создаваемая субъектом знаковая система как информативно значимая организация, композиция знаков.

Адресат (получатель, реципиент) - это вторичный субъект коммуникации, получающий информацию и декодирующий знаковые системы с целью извлечения из них значений.

Процесс понимания. Постигание адресатом текста как знаковой системы совершается как длительный процесс. Одномоментные акты озарения, интуиции, эвристического схватывания значений знаков, эмпатии и т.п. не являются типичными для существования культурных текстов.

В современной герменевтике различают два отличающихся друг от друга подхода к тексту, и к знаковой системе:

Первая трактовка текста, знаковой системы предполагает однозначное прочтение адресатом текста без дополнительного привнесения субъективных значений и смыслов. Текст можно трактовать как нарративное образование, достаточно жесткое, однозначное, исключаящее плюрализм понимания .

Ж. Делёз и Ф. Гваттари в 1976 г. в совместной работе «Ризома» предложили многозначную трактовку текста как «ризома», т.е. как нелинейной организации целостности текста. Корневое, базисное значение текста образует его центр, но вокруг этого центра существует потенциальная возможность множества периферийных значений. Если текст как нарратив отводит своим значением к объекту, ибо он его обозначает, то текст как ризома при декодировании приводит к означиванию, т.е. значимость текста варьируется. Отсюда обосновывается право на свободу плюральных нарративных практик, исключаящих однозначную адекватность понимания, «закат больших нарративов». Все это в духе концепции постмодернизма с его абсолютизацией плюрализма истин, эклектикой и дискурсами.

Вторая трактовка текста, создаёт условия для произвольного толкования текста, поскольку он представлен как размытое поле значений. Адекватный перевод и адекватное понимание исключаются, достижение интерсубъективности невозможно. Отправитель сообщения не ставит перед собой задачи донести значение текста до адресата, отсюда и дорога к идее «смерти автора».

Подробно эту проблему осмысливал еще В. Кристиансен в начале XX века в своей работе «Философия искусства». Он подразделял «ценности» и «значимости»: на «автономные» и «гетерономные». Автономные ценности индивидуально значимы, но не общезначимы: «То самое, что для меня прекрасно, могло бы для других быть отвратительным. Сколько субъектов, столько и самостоятельных центров ценностей и сфер значимости, так как «я», «ты» и «он» не идентичны». И далее делается общий вывод: «Для эстетических ценностей не может быть интер-субъективного, общего критерия»; «Сколько личностей столько различных критериев оценок»; «Само равенство, совпадение оценок является счастливой случайностью, так как нельзя понять его необходимость». Все это возвращает нас к субъективно-идеалистической концепции Дэвида Юма: «о вкусах не спорят» или «сколько субъектов, столько и вкусов».

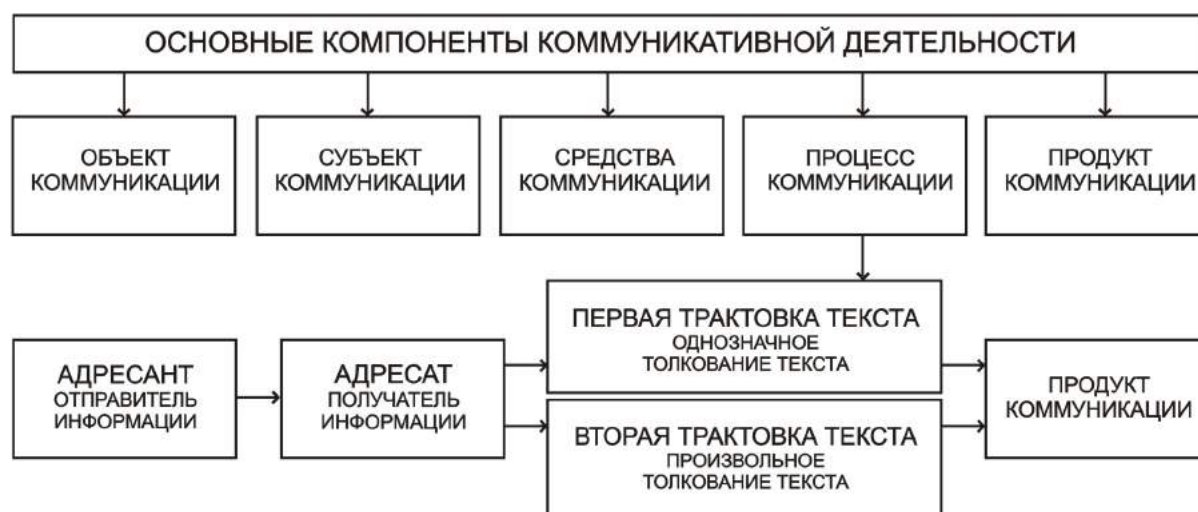


Рис. 4. Основные компоненты коммуникативной деятельности.

Продукт понимания. В ходе процесса освоения текста возникают различные результаты, которые можно рассматривать в диалектических парах: «восприятие» – «отказ от восприятия»; «понимание» – «непонимание»; «интерпретация» – «отказ от интерпретации»; «оценка» – «воздержание от оценки»; «диалог» – «уход от диалога»; «консенсус» –

«конфликт». В герменевтической литературе рассматриваются и эти, и иные ситуации в рамках «герменевтического круга». Так или иначе, но приходится преодолевать метафизические крайности «нарратива» и «ризомы». Опять спасает диалектика: единство открытости и закрытости знаковых систем, что мы видим на примере периодической системы Д.И. Менделеева.

Выводы по второй главе.

Визуальные знаки являются семиотическими образованиями, если рассматривать их через призму семиозиса, что заставляет нас прибегнуть к визуализации вербальных значений с помощью образного мышления человека, его творческой интуиции и эвристических способностей, создавая средства визуальной коммуникации. Знаки и знаковые системы априори становятся компонентами коммуникативной деятельности, в частности, объектом коммуникации (знаки), средствами коммуникации (носители знаков), продуктом коммуникации (знаковая система). Человеку и обществу определена роль субъектов процесса коммуникации, субъекты которые моделируют коммуникативные системы – средства общения. Любое человеческое общение требует понимания, поэтому создание моделирующих коммуникативных систем помогает упорядочить процесс понимания, сделать его доступным для общего понимания, а чтобы упростить процесс понимания необходимо визуализировать продукт понимания, как результат процесса понимания. Именно процесс понимания и продукт понимания в современной культуре имеют большое значение в семиотическом исследовании визуальной коммуникации для установления диалогового общения людей и социальных субъектов в современных условиях развития социальной коммуникации.

В процессе развития общества и взаимодействия в нём субъектов визуальные коммуникации выполняют четыре коммуникативные функции:

экспрессивную, коммуникативную, творческую и мемориальную. Все перечисленные коммуникативные функции, выстроенные в последовательно упорядоченную систему, определяют реальное функционирование культуры общества. Многомерность самой культуры определяет многомерность ее знаков-носителей и многофункциональность визуальных образов, и визуальные коммуникации в этой двухсторонней социальной связи ускоряют понимание и дополняют расшифровку значений и понятий. Вот почему в современном обществе для полноценного общения недостаточно средств массовой информации в отличие от средств массовой коммуникации, и в связи с этим возрастает актуальность создания средств визуальных коммуникаций. В коммуникативном функционировании социально-культурного общения усложняются коммуникационные связи и компоненты процессов общения, что отличает двунаправленную коммуникационную деятельность (СМК) от однонаправленной передачи информации (СМИ), где коммуникативная функция визуальных знаков является доминирующей.

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать однозначный вывод, что визуальная коммуникация, используемая как средство общения в современном обществе, имеет семиотическую природу, потому как знаки являются носителями заложенных смыслов. Взаимосвязь знаков и значений визуальных образов есть основа процесса понимания между субъектами социально-культурного общения. Коммуникативные функции знаков и визуальных образов есть моделирующие аспекты формообразования социально-культурной среды современного общества.

Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 2.

- Что изучает наука семиотика? Какие базовые понятия семиотики?
- Какие аспекты семиотики применимы в проектировании визуальных коммуникаций?
- Перечислите функции средств визуальных коммуникаций.
- Почему «визуальный язык» является доминирующим в коммуникационном процессе?
- Какова коммуникативно-знаковая природа продуктов дизайн-деятельности?
- Особенности коммуникативного процесса средств массовой информации и средств массовой коммуникации.
- Основные виды знаков визуальных коммуникаций.
- Опишите последовательность взаимодействия коммуникативных функций визуальных знаков-образов.
- Аксиологическое значение визуальных знаков в коммуникативной сфере.
- Что такое общение? Перечислите функции трансляции культуры.
- Как включена система визуальных образов в социально-культурное общение?
- Как влияет композиция на смысловое значение знаковых систем?
- Какие метаморфозы знаковых систем могут происходить при создании и трансформации знаковых систем?
- Что такое объект моделирования?
- Что такое первичные и вторичные моделирующие системы? В проектировании средств визуальной коммуникации?
- Моделирующие знаковые системы как отражение объекта (объектов).
- В чём заключается герменевтическое понимание знака и знаковых систем?
- Перечислите и опишите основные компоненты коммуникативной деятельности.
- Объясните первую и вторую трактовку текста в формировании «визуального языка» как продукта коммуникации.

ГЛАВА 3

КУЛЬТУРО-ИСТОРИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ.

Визуальные средства коммуникации обладают мощным и эмоционально сильным потенциалом при формировании коммуникативной среды культуры, образования, производства, экономики, торговли, искусства, спорта и других сфер общественной деятельности. Безусловно, визуальные образы оказывают значительное влияние на формирование современной культуры и посткультуры в целом. Создавая визуальные образы культуры важно соблюдать формирующие гуманные ориентации, интересы и побуждения человека, художественными и техническими методами, приёмами и средствами формировать позитивную визуально-коммуникативную среду.

Поднимаемые культурно-исторические проблемы развития знаков и знаковых систем в различных культурах, способствуют выявлению тенденций приоритетного развития визуальных невербальных коммуникационных систем перед вербальными коммуникационными системами. На примере развития письменности можно проследить эволюционную трансформацию визуальных знаковых образов в буквенно-индексную систему письма, и в свою очередь, переход письма в визуально-знаковую систему с более широкой сферой значений и понятий.

Для проектирования средств визуальных коммуникаций не достаточно традиционных принципов проектирования, в силу их ограниченности условий. В современном обществе для создания систем визуальных коммуникаций мало традиционных художественно-образных приёмов и методов. Необходимо учитывать все факторы человеческой жизнедеятельности, которые влияют на проектирование средств визуальных коммуникаций, осознавать значение и влияние визуальных образов на сферу социальных коммуникаций.

3.1. Культуро-историческое развитие знаков и знаковых систем.

*«Знаки и символы управляют Миром
– а не слово и не закон». Конфуций (551–479 гг. до н. э.)*

Можно долго спорить и говорить о верности высказывания великого философа, но оно актуально и по сей день. И чем дальше развивается общество, тем более необходимым становится использование знаков и знаковых систем. Знаки окружают нас повсюду: дорожные знаки на улицах городов и дорогах мира, навигационные системы метрополитенов, визуальные коммуникации огромных торгово-развлекательных центров, коммуникационные системы аэропортов, гостиничных и медицинских центров. Эти знаковые системы вовлекают нас в символьную коммуникацию на макроуровне, а на микроуровне нас окружают знаковые системы: панели управления автомобилей и летательных аппаратов, пульта управления телевизоров и радиоприборов, виртуальные системы компьютеров и мобильных телефонов и т. д.

В знаковые системы вовлечена вся наша современная действительность. То, во что мы одеты, какие мы носим аксессуары, на чем мы передвигаемся, где мы живем, может говорить о нашем статусе, положении в обществе, принадлежности к какой-либо социальной группе. Одежда, предметы, автомобили, жилища являются знаками, символами, имеют визуальные графемы, раскрывающие внутреннее содержание идеи и функциональное предназначение использования. Использование знаковых систем имеет давнюю историю. Человечество начало использовать знаки гораздо раньше, чем появилась письменность. Письмо как знаковая система по праву причисляется к величайшим культурным ценностям человечества. Но письмо имеет также некоторые ограничения по сравнению со знаковыми системами. К сожалению, большинство современных письменностей передает только звучание, смысл знаками не выражен, а извлекается

читателем посредством звуков. Из этого следует, что писатель и читатель должны говорить, писать и читать на одном языке. Письменные знаки и знаковые системы не имеют смысла и практического значения, если их воспроизводить по отдельности как вербальным, так и невербальным способом. В этом смысле визуальные знаковые системы призваны выразить как раз смысловое значение сообщения, что делает визуальные средства коммуникации более универсальным языком в международных сообщениях.

Ввиду того что совершенствуются коммуникативные связи в глобальном аспекте, а также средства, при помощи которых передаются коммуникационные сообщения, соответственно растет интерес к разработке и развитию коммуникационных знаковых систем, которые предполагают универсальный язык общения. Существует необходимость в создании визуальной коммуникационной системы, которая дополнит существующие средства коммуникационных систем и образует новое «эсперанто» символического графического языка.

Как у человека, народов и человеческой цивилизации есть история и культура, так и у знаков и письма есть свои исторические корни и культурные особенности, но они неразрывно связаны с историей и культурой человечества, тем более что знаки, символы, письменность являются средствами визуальной коммуникации.

Самыми древними свидетельствами применения знаков в человеческой цивилизации признаны петроглифы, обнаруженные на территории севера России в Карелии и по всему миру (Рис.5.1). Их находили в Казахстане (Тамгалы) в Испании (Пещера Альтамира), в Сибири, на Дону, Англии, Германии, в пустыне Сахара на территории Алжира были найдены великолепные монументальные цветные росписи горного плато Тассилин-Анжер. Петроглифы имеют самые различные темы: знаковые, ритуальные, мемориальные и другие возможные коммуникативные отношения в общности древних людей. Кроме понятных

по смыслу графем в петроглифах, присутствуют графические символы, которые до сих пор не разгаданы, и имеются предположения некоторых ученых, что они принадлежат веземным цивилизациям.

В те далекие времена не было письменных знаков. Мы видим графические изображения, разрозненные по своей сути, не видим внятной системы, присущей письменности, поэтому не можем определить последовательность сюжета, хронологии исторических событий. Но в эпоху образования культуры Древнего Египта началась зарождаться письменность. Первоначально возникает *иероглифическое письмо* (Рис.5.2). Эта письмо восходит к четвертому тысячелетию до нашей эры. Египетское письмо состояло из графических изображений животных, птиц, людей, предметов и имело около шестисот изображений. Некоторые из них обозначали отвлеченные понятия или действия, что говорит о зарождении символических понятий в знаковых системах. Здесь мы уже смело можем говорить о систематизации знаков, так как появляется четкая рядовая структура, свойственная любой письменности, чего не было на каменных плитах с изображениями петроглифов.

Древний Египет – это не единственное место на планете, где появляется письменность, и используются для коммуникаций знаковые системы и символы. Надо сказать, что параллельно развивалась письменность и на Евразийском континенте. На территории Финикии в XVI в до н. э. семитскими племенами начала создаваться письменность на основе египетского иероглифического письма (Рис.5.3). В Греции на рубеже XI в до н. э. на основе финикийского письма создается греческий архаический алфавит (Рис.5.4), который в VIII–VII вв. до н. э. преобразуется в строгий, математически выверенный *греческий капитальный алфавит* (Рис.5.5). Также в Китае, приблизительно за три тысячи лет до нашей эры, начинается использование *идеографического письма* (Рис.5.6), письма которое является предшественником китайских иероглифов в современном понимании. Здесь наблюдается та же последовательность развития письма,

как и в Древнем Египте или в древне-шумерской письменности. В Китае из фигурного письма возникло иероглифическое письмо (Рис.5.7), в Древнем Египте из иероглифов – демотическое письмо, а в Шумере из *пиктограмм* (Рис.5.8) – *шумерская клинопись* (Рис.5.9). Даже совпадает количество знаков в рисуночном письме приведенных выше культур – около шестисот.

Однако, если в перечисленных культурах наблюдается эволюционная схожесть развития письма, то существуют и другие архаические письменности, где рисуночный стиль остается практически неизменным и лишь меняется в зависимости от метода изображения, например древняя письменность майя, инков и ацтеков (современная территория Мексики и севера Южной Америки). Памятники письменности Древних культур Центральной Америки датируются II–I вв. до н. э. вплоть до полного исчезновения этих этносов с приходом испанских конкистадоров в XV–XVI вв. (Рис.5.10).

Но наряду с этим существуют древнейшие памятники графических знаков, имеющие изначально абстрактную форму и семантическую сущность, которые впоследствии преобразовались в письменность. Данными знаками являются Руны, памятники такого рода относятся к палеолиту и датируются XVII–XVI тысячелетиями до н. э.. Примерами могут служить: артефакты, найденные на Межиричской стоянке на Украине, «солнечные колеса» на Сунгурской стоянке у Владимира, вырезанные из кости, и другие находки по всей территории Европы. К VI–V тысячелетиям до н. э. начинается активный мощный подъем культуры в Центральной Европе. Совершенствуются ремесла, различные прикладные искусства, усиливается значение общественной и религиозной жизни народов. Обнаруженные на территории современных Венгрии, Чехии, Болгарии, Румынии, Словакии керамические предметы, а также фигурки богов, остатки святилищ, храмов, поселений изобилуют магическими графическими знаками и свидетельствуют о зарождении рунического алфавита и неалфавитных европейских символов (Рис.5.11; 5.12).



Рис.5.1. Петроглифы. Карелия. 25-20 тыс. до н.э.



Рис.5.2. Египетские Иероглифы. 14 в до н.э.

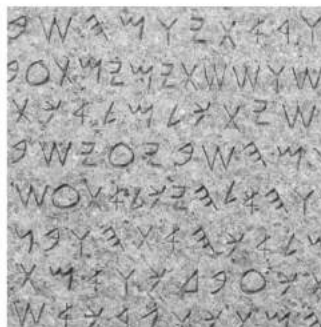


Рис.5.3. Финикийское письмо. 16 в до н.э.



Рис.5.4. Греческая Архаика 9-8 вв до н.э.



Рис.5.5. Греческий капитальный алфавит. 8-7 вв до н.э.



Рис.5.6. Китайское идеографическое письмо. 3-2 вв до н.э.

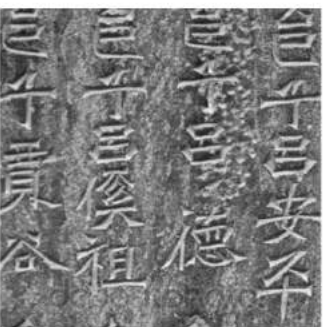


Рис.5.7. Китайская письменность. 7-9 вв.



Рис.5.8. Шумерские пиктограммы. 6 тыс. до н.э.



Рис.5.9. Шумерская клинопись. 3-2 тыс. до н.э.



Рис.5.10. Письменность Майя. 2-1 вв. до н.э.



Рис.5.11. Новгородская азбука Великий Новгород. 8в.



Рис.5.12. Скандинавские Руны. 8 в.

Рис.5. Развитие письменности в различных культурах мира.

Анализ этих графических символов приводит к выводу, что с древних времен, наряду с рисуночным письмом, параллельно существовала индексная письменность, и в эпохи великих миграций эти виды письма смешивались, как смешивались и народности.

Главной отправной точкой в развитии общей знаковой системы письменности индоевропейских народов многие ученые считают *греческое письмо*. Главной отправной точкой в развитии общей знаковой системы письменности индоевропейских народов многие ученые считают *греческое письмо*. *Греческое письмо* (Рис. 6.1) дало развитие двум из главных алфавитов современности: *латинскому* (Рис. 6.2) и *кириллическому* (Рис. 6.3). Латинское письмо преимущественно стало распространяться на Запад Европы, а кириллическое в Восточную Европу, но также были территории Европы, где в письменности применялись знаки как латинского, так и кириллического письма, они сохраняются в таком виде и по сегодняшний день (в Болгарии, Словении, Украине и т. д.)

Латинский алфавит (Антиква) изначально имел 21 букву, Славянская Буквица 49 букв (Рис.7.1), а Кириллическая азбука - 43 буквы (Рис.7.2). В связи с реформой проведенной Петром I кириллица упрощается с приближением форм букв к образцам антиквы до 33 букв, а шрифт был назван *Гражданским* (Рис.7.3). В последствие русское кириллическое письмо претерпевает ещё ряд реформ (в 1708-10 гг., в 1735 г., в 1758 г.), и окончательно сформировалось в 1918 году (Рис.7.4). Что касается латинского алфавита, то он заимствовал ещё 5 букв из кириллицы, такие как «Z» - рус. «Земля», «Y» - рус. «Ижица», «W» - рус. «Омега», «U» - рус. «Червь», «J» - рус. «Йот» (Рис.20.1). Характер латинского письма или его «*типографика*» определился с изобретением книгопечатания в XV веке в Германии благодаря Иоганну Гуттенбергу и датируется 1440 годом. Книга на кириллице была отпечатана впервые в России в 1563 году Иваном Фёдоровым (Иван Фёдорович Москвитин). Фактически, с XVI века знаковая система в латинице и кириллице не изменялась, менялись только стили письма в каллиграфии и декоративные элементы букв в типографских литерках.

Α Β Γ Δ Ε Ζ Η Θ
 Ι Κ Λ Μ Ν Ξ Ο Π
 Ρ Σ Τ Υ Φ Χ Ψ Ω

Рис.6.1. Греческое письмо

A B C D E F
 8½ 6 9 9 5½ 5½
 G H I J K L M N
 9 8 4 8 5½ 10½ 8½
 O P Q R S T U V
 10¼ 6 12½ 6 6 8 8 8½

Рис.6.2. Латинское письмо

Аа	Бб	Вв	Гг	Дд	Ее	Жж	Зз
Аа	Буки	Веди	Глаголь	Доро	Есть	Живете	Зело
Зз	Ии	Ии	Како	Лоди	Мыслете	Наш	
Оо	Ωω	Пп	Рр	Сс	Тт	Уу	
Он	Омега	Покой	Рим	Слово	Твердо	Ук	
Фф	Хх	Цц	Чч	Шш	Щщ		
Ферт	Хер	Цы	Черя	Ша	Шта		
Ъъ	Ыы	Ьь	Ъъ	Юю	Яя		
Ер	Еры	Ерь	Ярь	Ю	Я		
Аа	Өө	Ээ	Ψψ	Ффа	Ииана		
Юс малый	От	Кей	Пис				

Рис.6.3. Кириллическое письмо

Рис.6. Основные алфавиты современной западной культуры.

Что же касается других широко распространенных письменностей, то о них можно сказать следующее. Китайская письменность, имеющая древние корни, по своему семиотическому виду осталась идеоматической, а по техническому воспроизведению – каллиграфической. Большое количество знаков-иероглифов усложняет восприятие, что ведет к проблемам воспроизведения больших текстов при растущем потоке информации. В арабской письменности значительно меньше знаков, и она в своей основе имеет согласные звуки, а гласные передаются дополнительными графическими элементами диакритическими знаками (акцентами), но это мешает читаемости знаков. Конечно, раньше предпринимались попытки латинизации и кириллизации арабской и китайской письменностей с меньшим и переменным успехом, но в наше время в связи с расширением информационного поля и компьютеризации мира этот процесс обретает необратимые формы. Думается, что старая письменность останется, так как она несет в себе культурную художественно-образную индивидуальность различных этносов и будет сохранена как культовый и религиозный феномен.

Кроме того, человечество использует и другие знаковые системы в социальных и религиозных сообществах, профессиональных кругах, науке, торгово-финансовой сфере, товарном производстве, сфере услуг и других областях человеческой деятельности. Например: *нотные знаки* в музыке; *математические знаки* в точных науках; *фонетические знаки*, разработанные для освоения языков; *дорожные знаки*, созданные для регулирования дорожного движения; *топографические знаки*, используемые в ориентировании на местности, и другие различные средства визуальных коммуникаций для аэропортов, торгово-развлекательных центров, образовательных и научно-исследовательских заведений и т. п. Многие знаковые системы понятны только ограниченному кругу людей, но немало знаков, которые понятны практически во всем цивилизованном мире.

А	Б	В	Г	Д	Е	Є
Азь	Богн	Вѣдн	Глаголн	Добро	Есть	Есмь
Ж	З	З	И	І	Ї	Ћ
Животъ	Съло	Земля	Иже	Іжен	Їннѣ	Гервь
К	Л	М	Н	О	П	Р
Како	Людіе	Мысльте	Нашъ	Онъ	Покои	Ръци
С	Т	У	Ф	Х	Ц	Ч
Слово	Твърдо	Укъ	Оук	Фертъ	Хъръ	Отъ
Ц	У	Ш	Щ	Ъ	Ы	Ь
Ци	Чървалъ	Ша	Шта	Еръ	Еры	Ерь
Ѡ	Ю	Ѡ	Ѳ	Ѡ	Ѡ	Ѡ
Ѡтъ	Юнь	Аръ	Эдо	Ом	Енгъ	Одъ
Ѡ	Ѡ	Ѡ	Ѡ	Ѡ	Ѡ	Ѡ
Ѡта	Ѡта	Ѡта	Ѡта	Ѡта	Ѡта	Ѡта

Рис.7.1. Славянская букваца. 4-9 в



Рис.7.2. Кириллическая азбука. 9 в
Реформа Кирилла и Мефодия. 863 г.



Рис.7.3. Русский Гражданский Шрифт.
Петровская реформа 1708-1710 гг.



Рис.7.4. Русский Алфавит.
Реформа 1917-1918 гг.

Рис.7. Социально-исторические реформы славяно-русской письменности.

Можно привести следующие примеры: «красный крест и красный полумесяц» (оказание первой медицинской помощи): «белый прямоугольник в красном круге» (стоп, движение запрещено); «стрелка» (направление движения); «пять сплетенных колец» (олимпийские игры); «крест, повернутый на 45°» (запрещено, или выключить); «круг с точкой внутри» (солнце) и т. д.

Нельзя обойти вниманием *символические знаки*, так как они являются первоосновой всех письменностей и знаковых систем. Но чем отличается символ от знака? – Тем, что *знак* – это, прежде всего, индексификатор предмета, действия, звука, количества, чего-либо (цифры), а *символ* имеет семантическую понятийную составляющую (числа). Символ может иметь много смысловых значений и понятий, он многогранен. Символ зачастую

определяет визуально-знаковые образы культуры и не надо долго ходить за примерами. Если рассматривать различные археологические находки с древних времен, то изображения графических и буквенных знаков перемешаны между собой в хитросплетенный визуально-смысловой рассказ. Человечество на протяжении многих тысячелетий использует как графические, так и буквенные знаки, только с разной степенью интенсивности. Также в мировой истории в различных цивилизациях эта интенсивность использования проявлялась по-разному. Следует отметить на примерах китайской письменности, рунического письма, египетских иероглифов, что одни и те же знаки обозначают отдельный звук, слог из согласного и гласного, целое слово, устойчивую фразу или большое смысловое понятие. Что бы понять как визуальные образы и знаки влияют на формирование той или иной культуры необходимо рассмотреть хотя бы несколько символов, символы, которые встречаются в различные эпохи, у различных народностей.

Разберём понятийный смысл такого символа, как «крест», распространённого во многих культурах мира. С ним суеверия и ритуалы, мифы и легенды, пословицы и поговорки. Изображение креста можно увидеть на национальных флагах, старинных гербах, на монетах, изображение креста лежит в основе наград, орнаментальных структур, архитектурных исторических и ритуальных памятников. Крест имеет большое культовое значение во многих религиях мира. Символика креста имеет очень древнее происхождение, пожалуй, одно из самых древнейших. Семантика креста его символическое значение восходит к культу Солнца. Солнце считалось божеством во всех религиях мира (Рис.8). Солнце было символом Света и Огня: в Индии – бог Агни, был сыном Солнца, в Греции – Огонь и Свет олицетворялся в лице Прометея, в Персии – герой Атар, сын Орамузда, на Руси – солнечный бог Ярило, в Древнем Риме – кузнец олимпа Вулкан. Предположительно символика креста пошла от наложения двух деревянных палочек для разведения огня, но думается это только внешнее

сходство, семиотика символа лежит гораздо глубже. Язычники использовали этот символ задолго до распятия Иисуса Христа. У язычников крест был олицетворением избранности. Символ креста говорит об избранности чего-либо или кого-либо, т.е. «помечен крестом». Широко использовался крест в Древнем Египте, для египтян он был символом жизни и богов, главным образом Исиды и Гора, и выглядел как крест с кольцом и назывался «Анх». В Вавилоне крест считался символом бога небес Ану. В Ассирии во II тысячелетии до н.э. крест заключённый в кольцо и с месяцем снизу был атрибутом бога солнца Ашшура. Равнолучевой крест в круге был символом кельтского христианства, хотя имел в Европе гораздо более древние языческие корни. В основе плана христианских храмов лежал крест, который был направлен по сторонам света. Самые первые изображения креста встречаются в XXXV тысячелетии до н.э., ещё во времена палеолита на камнях, на керамике, на предметах стоянок первобытных народов, в виде петроглифов, зарубок на дереве, кости и шкурах животных. Позднее, начиная с XX тысячелетия, в Древнем Египте кресты были везде: на предметах быта и на одежде, на оружии и на стенах храмов, и т.п. Кресты были в изобилии и в Крито-Мекенскую эпоху, и во времена расцвета Древней Греции и на обширных территориях севернее Греции по всей Европе.

В кресте заложена «символика центра». Крест образует фигуру из двух перпендикулярных линий, пересекающихся в одной точке. Такие фигуры как квадрат, круг, треугольник, часто встречающиеся в древней символике, представляют, из себя, замкнутую линию и имеют внутренне поле и внешнее поле, чего нельзя сказать о кресте. Крест воплощение идеи центра и расходящихся от центра направлений, т.е. выражение точки как начала и конца, «Альфы» и «Омеги» в философском смысле. Здесь крест выступает, как философия дуальности мира, единства и борьбы противоположностей. Вертикальная и горизонтальная линии трактуются как духовное и материальное начало бытия человеческой жизни. Отсюда образуются много

двойственных связей – антонимов, например: Дух - Материя, Мужское – Женское, Жизнь – Смерть, и т.д. С точки зрения современного человека крест ассоциируется с системой координат, с курсором цели, с дорожным перекрестком, направлением сторон света, таким образом, крест – символ центра и стабильности.

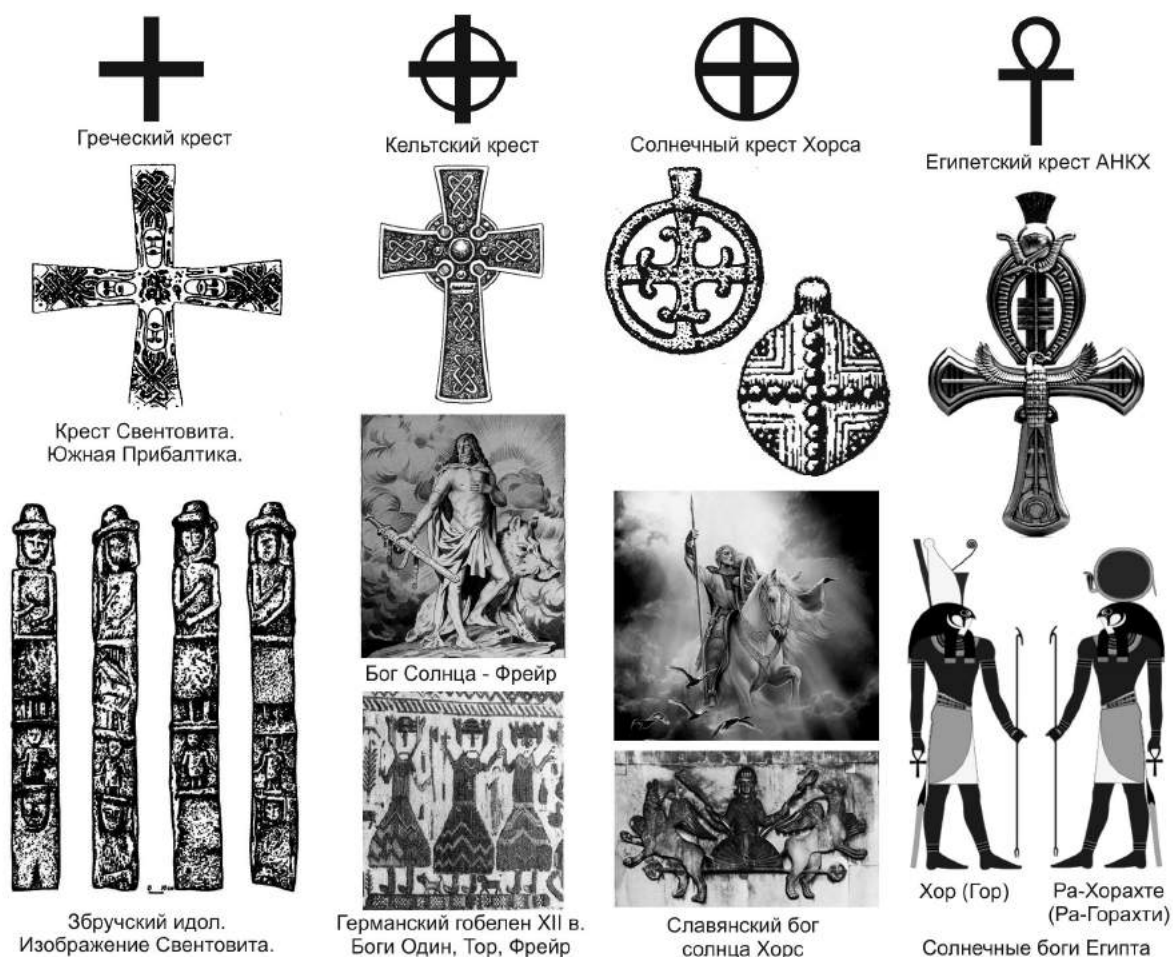


Рис.8. Позитивное семантическое значение формы «Крест».

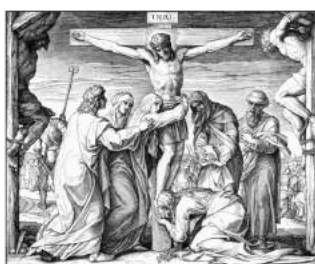
Семантическое значение «креста» предстаёт в позитивном качестве: *символ центра, символ солнца, символ двух начал, символ избранности, символ оси мироздания* и т.п. И не удивительно, что крест как символ во многих древних культурах по всему земному шару имел позитивное и жизнеутверждающее значение, лишь только со времен утверждения Христианской религии, как ни странно, крест начал приобретать негативные значения (Рис.9).

В сознании народных масс он стал символом мучений и смерти, которые связаны с мученической смертью Христа, или с «тяжкой долей» в жизни и фатализмом, как говорят, до сих пор, – «нести свой крест» (Рис.9.1). Крест стал знаком отрицания или окончания чего-либо, а в связи с графическим сходством с кириллической буквой «Х» - *херь*» образовалось устойчивое выражение «похерить» - *помарать, вычеркнуть*. В сознании людей русской культуры и православного исповедания всегда будут живы негативные воспоминания в отношении *крестоносцев* тевтонского ордена, несущих на своих латах и оружии «кресты истинной веры» (Рис.9.2). Кресты фашистской Германии **Hakenkreuz** (Рис.9.3) - «крючковатый крест» (нем.) ещё долго будут порочить сакральный образ креста **Suasti** - «счастье, удовольствие, удача» (санскрит.), который был распространён с древнейших времен на территории практически всего северного полушария, и служил оберегом и изображением привлекающем удачу и благосостояние.

Рис.9.1



Латинский крест. Католический крест.



Распятие



На пути к Голгофе
Гравюры Юлиуса Шнорра фон Карольсфельда

Рис.9.2



Могущественный Иерусалимский крест.
Крест крестоносцев

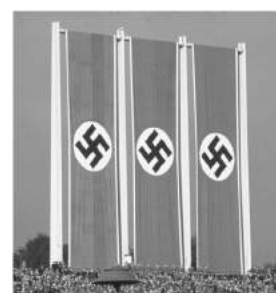


Орден Святого Гроба Господня, Госпитальеры,
Тамплиеры, Мальтийский орден, Тевтоны

Рис.9.3



Крючковатый крест
Hakenkreuz



Флаги Фашистской Германии.



Герб Фашистской Германии.

Рис.9. Негативное семантическое значение формы «Крест».

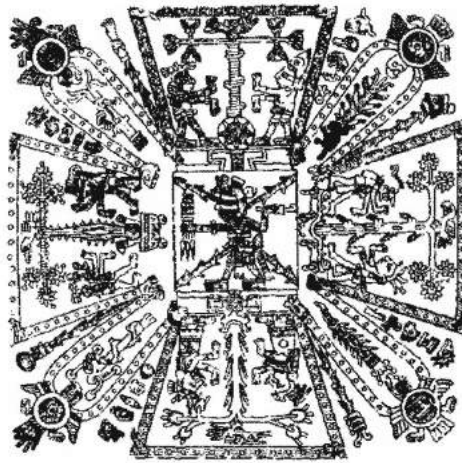
Крест использовался, практически, во всех сферах человеческой и общественной жизнедеятельности. Изображение креста использовалось на жилищах и храмах, на предметах быта и одежде, оружии и в письменности. Различные визуальные вариации креста использовались в ритуалах и обрядах, служили «оберегами» и имели оккультное значение, соответственно изображение креста являлось одним из распространенных визуальных знаков-образов *культурно-социальной среды* «очагов цивилизаций». О *профессиональном уровне визуальных знаков-образов* в различных культурах мира можно судить по уровню технологий и качеству техники, по сложности изобретений и искусству создания артефактов каждой отдельной цивилизации, где использовалась семантика креста (Рис.10). Так же большое значение имеет социальный статус, уровень образования и мастерство индивидуума, группы людей, общественного класса и т.п., которые создают, используют и культивируют знак-образ креста, от чего зависит степень психологического зрительного восприятия и эстетического воздействия, а также включение в общий коммуникационный процесс каждого индивидуума и социума в целом. Целеполагание закладываемых смыслов и значений в визуализацию знака-образа креста формируют положительные или отрицательные визуальные образы культуры. Здесь очень многое зависит от контекста, в котором находится знак креста, от знаков расположенных рядом в общей композиции, в общей структуре, со своими значениями и смыслами, которые в свою очередь образуют другие смыслы и значения. Многие исследователи спорят и выдвигают различные версии смыслов и значений «креста», от «бытовой семантики» до «экстравагантной семиотики», т.е. исходят из чисто прикладных и функциональных аспектов применения знака-креста, либо апеллируют образами жанра литературной фантастики. Попробуем предложить иную версию раскрытия значения креста, отталкиваясь в наших рассуждениях от *законов композиции*, от *аспектов семиотики* и от *психологии зрительного восприятия*. Именно такой подход к решению данного вопроса поможет избежать ложных ассоциативных суждений и позволит придти к абсолютному



Крест АНХ.
Египет.



Кельтский крест.
Скандинавия.



Древняя мексиканская схема Мира в виде креста.



Русские нательные
кресты-обереги. X - XII вв.



Алексеевский крест.
Великий Новгород XIV в.,
Новгородская Русь.



Крест Святого Лазаря.
Русский Православный.
Россия. XIX в.



Крест Хачкар.
Храм Христа Спасителя.
Армения.



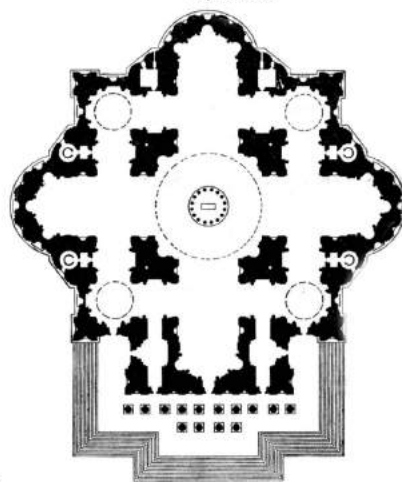
Крест на монетах. Византия.



Крест. Культура Грузии в IV - VII вв.



Кульмский крест для нижних чинов.
Нагрудный знак. Германия 1813 г.



Крест в плане христианских храмов.
Донате Браманте. Микеланджело Буанароти.
Храм Святого Павла в Риме.

Рис.10. Знак-образ креста в различных культурах мира.

абстрактному пониманию знака креста. Крест по своей семантике двойственный знак и соединяет в себе два противоположных значения: добро и зло, земное и небесное, мужское и женское и т.д. Соответственно кресту соответствует цифра «Два» - «2», т.е. *два элемента*, которые объединены данными логическими связями композиции и представляют первооснову абстрактной композиции, составляющей схему знака-образа (Рис.11.1). *Элементы* формально представляют собой *две прямые линии*, из которых образуются тектонические связи композиции, создавая различные формальные решения. Компоуя линии в различном и произвольном порядке, можно получить бесконечное количество комбинаций и ассоциаций. Некоторыми из них будут *фигуры пересечения двух линий* (Рис.11.2), но для того чтобы эти пересечения имели форму креста, в семантическом понимании этого образа, необходимо выполнить ещё одно важное условие, такое как **симметрия**, причём относительно *точки пересечения* (Рис.11.3). Точка пересечения имеет ключевое значение в семантике знака-образа креста. Именно *пересечение, взаимодействие, связывание, вложение* являются главными составляющими *логических связей* в формообразовании фигуры креста (Рис.11.4). Точка (центр) - это квинтэссенция всех знаков, она несёт в себе число единства – «1». Точка является базовым тектоническим элементом креста, который обеспечивает последующие *тектонические связи* в формировании всевозможных его конструкций. *Коммуникативные связи* в конструкциях различных крестов образуются за счёт *линий*, которые определяются положением ключевых и второстепенных точек на плоскости или в пространстве. Так как линия есть движение точки и по существу бесконечна, то в качестве проявления визуального образа тоже соответствует числу «1». Но так как в нашем физическом мире большинству людей трудно представить себе бесконечность, то линия в визуальном аспекте имеет начало и конец, и тем самым образует ещё одно условие визуализации – **длина**, которая влияет на размеры, пропорции и форму элементов креста.

Все эти факторы воздействуют на органы зрительного восприятия и соответственно на психику участников коммуникационного процесса, создавая *различные ассоциации*. Под понятием «различные ассоциации» имеется в виду как «*позитивные ассоциации*», так и «*негативные ассоциации*» визуальное восприятие тех или иных образов культуры.

К примеру, рассмотрим самый простой крест «греческий» (Рис.12.1), или так называемый «*квадратный крест*» (crux quadrata) – крест, состоящий из двух одинаковых элементов-линий, одна из которых расположена вертикально, а другая горизонтально.

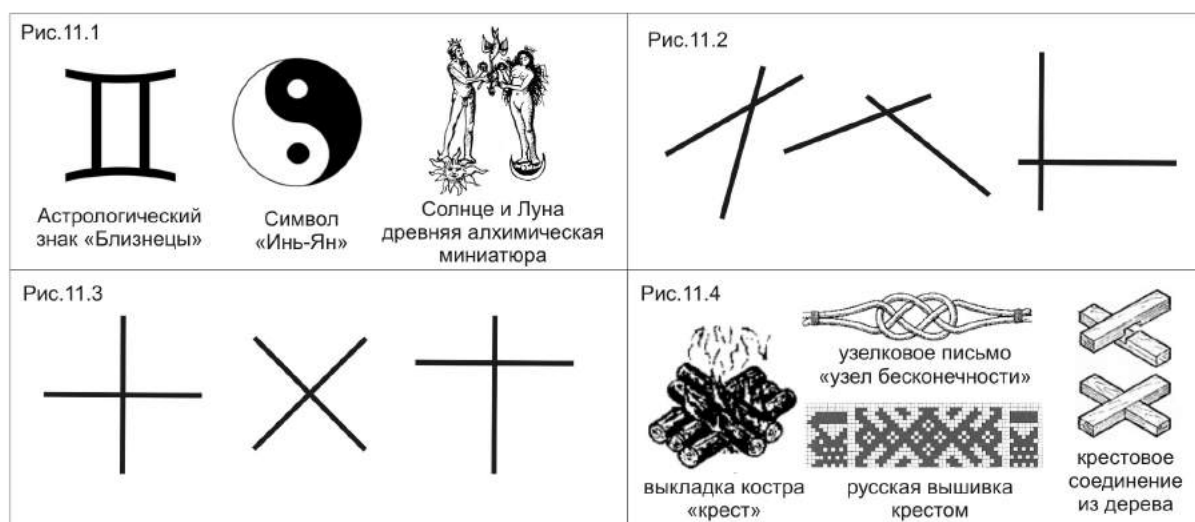


Рис.11. Первоосновы абстрактной композиции знака-образа креста.

Квадратный крест самое древнее изображение креста, ему соответствуют такие значения – как символ бога солнца и бога дождя. А так же символ соединения четырёх первоэлементов: воздух, земля, огонь, вода; четырёх сторон света и т.д. В последствие, данный крест начинает дополняться различными «*смысловыми атрибутами*», например: «Крест Святого Олафа – Гамма крест» или «Краеугольный камень церкви» (Рис.12.3), который состоит из четырёх углов направленных в центр фигуры креста. Часто «Гамма крест» можно увидеть на одежде священников Православной церкви, но народы Европы, России, пережившие все ужасы Второй мировой войны, помнят этот

знак, как основную метку военной техники Фашисткой Германии. Такую же негативную ассоциацию, благодаря стараниям руководителей «Третьего Рейха», имеет крест «Гаммадион», символизирующий идеи национал-социализма, хотя в Православии является «Символом Веры» - образом возрождения Христа (Рис.12.4). Как видим, в первом случае образ несёт позитивные ассоциации, а во втором случае ассоциации со знаком «минус». Следующий вариант креста - это «крест-молот» или «могущественный иерусалимский крест» (Рис.12.2). Он имеет перекладины на самом краю лучей, а по сути, состоит из четырёх «тау-крестов», которые обозначают «защиту» и имеют семантику «молотов» или «опор», которые символизируют защиту.

Однако, для народов Восточной Европы и Руси, Северной Африки и Ближнего Востока, и, в особенности, «мусульманского мира» этот крест с четырьмя малыми крестами, расположенными между лучей, был символом «врага» и «смерти», потому что на своих знамёнах его несли крестоносцы. И потом «Крест крестоносцев», поначалу несущий символ христианской веры, за двести лет своего существования размножился в различных формах и цветах, и стал представлять отдельные «группировки» крестоносцев, защищавших свои частные интересы. Такая же ситуация происходит и в современном мире, «святые отцы христианства», имеющее множество конфессий и вероисповеданий: католицизм, протестантизм, православие, коптизм, униатизм, григорианство, мормоны, адвентисты седьмого дня, баптисты, мунисты и т.п., решают чья же вера самая «истинная». Кстати в других религиях: исламе, буддизме, иудаизме положение не лучше, об этом наглядно говорит их разнообразнейшая символика. В данном случае ничего удивительного нет, так как в двойственности знака креста уже изначально заложено противоречие. Изображение креста всегда присутствует в символике противостоящих сторон, будь то «георгиевский крест» российской царской армии, или «Орден боевого красного знамени» у бойцов РККА (Рис.12.5), в изображении которого древко знамени пересекается с древком факела, серп пересекается с молотом.

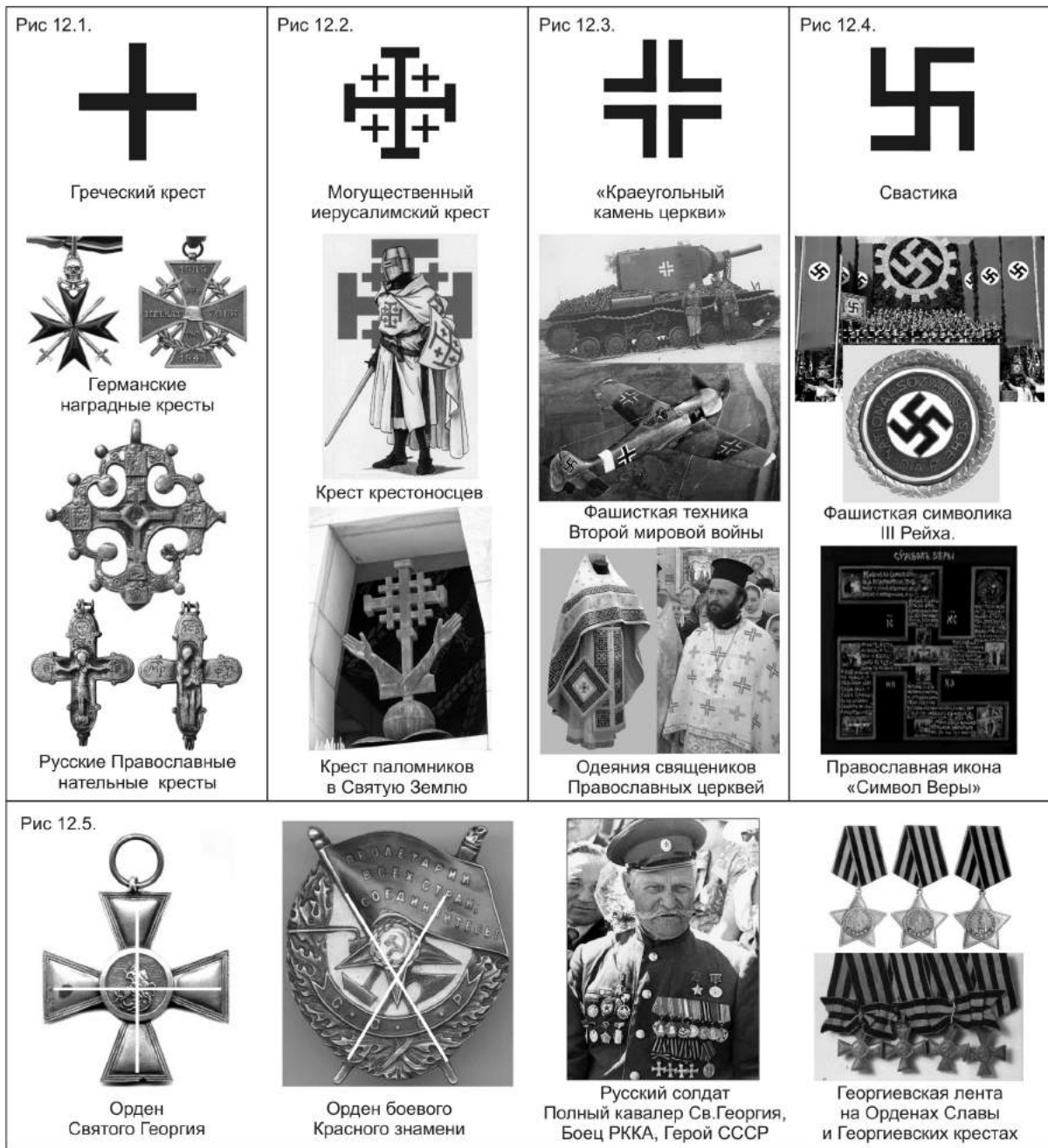


Рис.12. Противоречия в восприятии образа креста.

В противостоянии тевтонского ордена и русского войска, что с одной стороны на щитах и флагах, что с другой на щитах и стягах есть изображения крестов. Всё это лишний раз говорит об универсальном использовании изображения креста в различных культурах, и доказывает отсутствие как позитивного, так и негативного влияния на психологию зрительного восприятия в отношении конкретного образа. «Положительное» или

«отрицательное» значение в образе креста появляется в зависимости от контекста изображения и дополнительных символов, а так же от ассоциаций с которыми связано его использование. Всё же чаще всего крест используют в первоначальном древнем его семантическом значении в качестве «оберега», а с точки зрения визуального восприятия крест несёт в себе «энергетику притяжения», так как является единственной фигурой, у которой зрительная динамика направлена внутрь, в центр фигуры, в одну точку пересечения, в отличие от других фигур, хотя бы из тех, что выбраны нами для рассмотрения: треугольник, квадрат, круг (Рис.13).

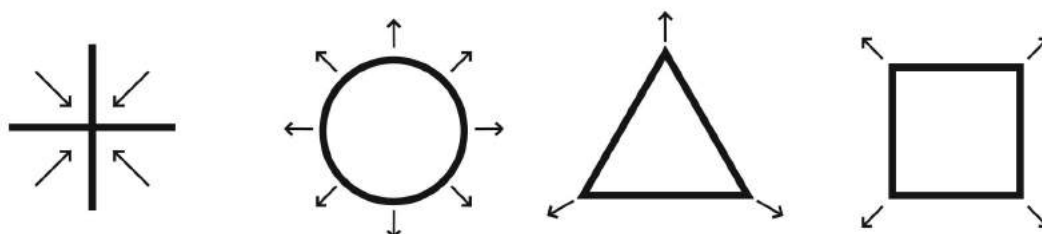


Рис.13. Зрительная динамика визуального поля различных геометрических фигур.

Другим символом, который используется человечеством с древних времён, является треугольник. Треугольник – символ движения, роста, иерархии. Если крест фигура центрическая, то треугольник фигура динамическая, потому что, вращаясь, крест сохраняет свою семантику, а треугольник – изменяет. Треугольник очень «гуттаперчевая» фигура, постоянно меняющая направление движения, и читатель может задаться вопросом, а как определить движение у равностороннего треугольника? Оказывается, это очень просто определяется, когда одно из оснований треугольника становится в вертикальное, или горизонтальное, то угол противоположный этому основанию указывает направление движения. Отдельно нужно сказать о комбинации нескольких треугольников в символе. Треугольники, соединённые вершинами - соединение мужского и женского начала. Два пересекающихся треугольника – божественность, победа духа над материей, соединение воды и огня, так же называется

«иудейской звездой» главным символом иудаизма. Пифагорейцы в числе совершенных, правильных тел называли тетраэдр – фигуру с четырьмя гранями из равносторонних треугольников и символизирует мудрость.

Треугольник - один из наиболее мощных символов, это первая из фигур, которая задаёт плоскость. «Поверхность состоит из треугольников» (Платон). Треугольник состоит из трёх линий и трёх точек пересечения, что определяет три композиционных центра. Это показывает то, что треугольник менее целостная фигура, исходя из теории композиции, чем крест. Согласно принципам композиции, чем меньше центров композиции (точек пересечения), тем композиция более целостная. И если треугольник рассматривать через призму семиотики, то треугольник имеет тройственное значение: «душа – материя – дух»; в христианстве «отец – сын – святой дух», «рождение – жизнь – смерть», «отец – мать – дитя»; «кислота – основание – соль», «абстракция – форма – ассоциация» и т.д.. Так же треугольник имеет три композиционных центра (вершины фигуры), и три элемента композиции (стороны фигуры). Треугольник, так же имеет очень выраженное значение «вектора» (направления), и обладает самой сильной визуальной динамикой, поэтому очень часто в визуальных коммуникациях используется в качестве «знака-стрелки», а, следовательно, пиктограммой направления движения. Это выражается следующим образом: треугольник расположенный одной вершиной вверх – символ огня, символ горы, символ мужского начала (лингам), символ духовности; треугольник расположенный одной вершиной вниз – символ воды, символ ямы, символ женского начала (йони), символ телесности. Так получается, что направление (положение) фигуры меняет значение символа (Рис.14), а направление фигуры меняется в зависимости от изменения контекста, т.е. условий влияющих на формирование смысла в символе. Также необходимо не забывать, что условия влияющие на формообразование знака могут быть зависящими и не зависящими от воли создающего символ.

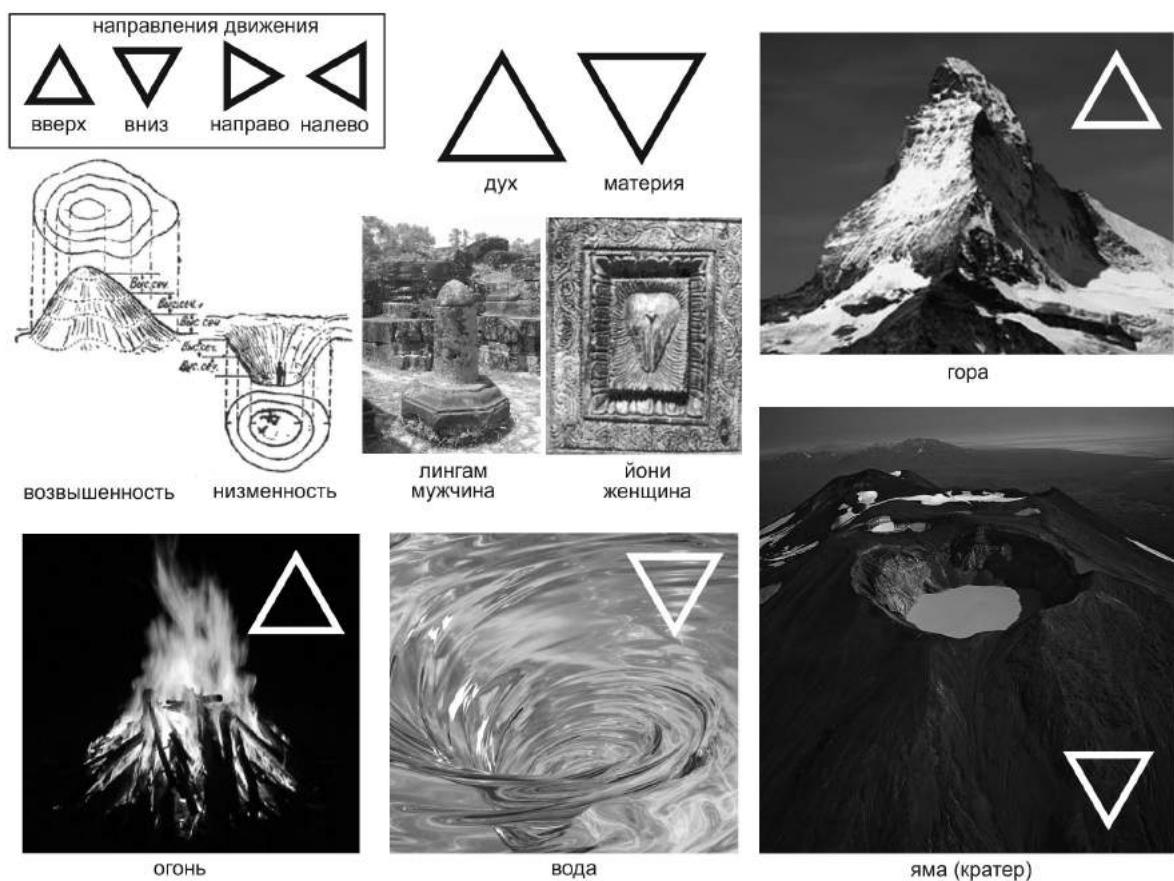


Рис.14. Семантическое значение форма «Треугольник».

Дальнейшим действием наших логических умозаключений будет создание комбинаций из треугольников (Рис.15), т.е. усложнение визуальной композиции. Рассмотрим композицию из двух треугольников: один треугольник направлен вершиной вверх, а второй – вершиной вниз, и соединим обе фигуры, то получим знак несущий значение «времени», причём времени имеющим начало и конец. Не правда ли, этот знак визуально напоминает песочные часы? В астрологии это знак лунного месяца, где точка схода вершин треугольника обозначает новолуние, переходное состояние от фазы *стареющей луны* к фазе *растущей луны*. Так же в магических практиках эта комбинация треугольников подразумевает сексуальный союз, т.е. точку начала чего-либо нового, контакт «чего-либо с чем-либо» или контакт «кого-либо с кем-либо». Однако, если эти треугольники совместить до положения совмещения их геометрических центров (визуальных центров) получится всем известный символ «*Гексаграмма*».

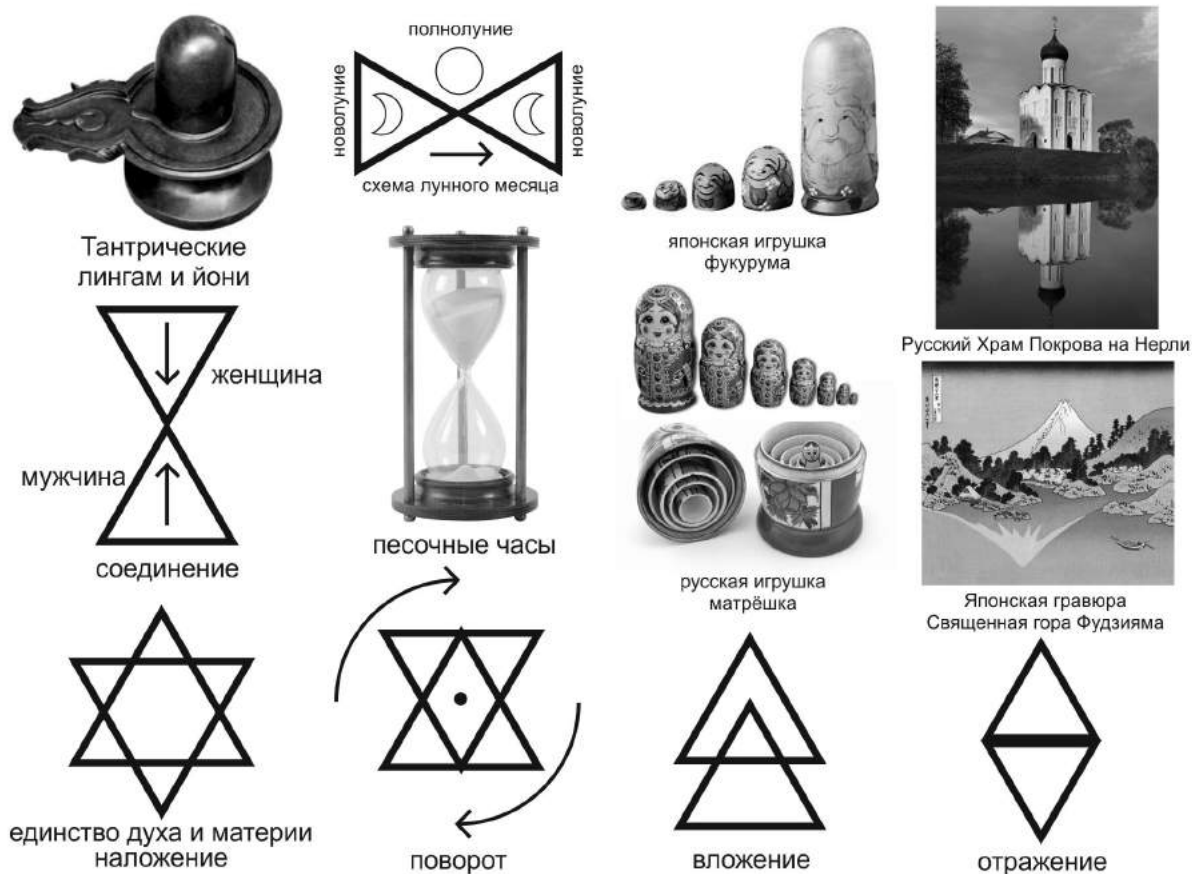


Рис.15. Логические комбинации из треугольников.

Гексаграмма – прежде всего *символ аналогий, символ отражений* в природе, *символ полярности* (Рис.16). Гексаграмма обозначает союз противоположностей: положительное и отрицательное; огонь и вода; добро и зло; мужчина и женщина. По сути гексаграмма имеет ту же самую семантику, что и крест, а с точки зрения психологии зрительного восприятия является перекрестием, и это опять доказывает первобытность значения креста по сравнению с другими знаками-образами. Гексаграмма, как символ присутствует во многих культурах, что опять же говорит об универсальности значений заложенных в неё, но страна Израиль использует данный знак-символ в качестве государственного, и имеет название «Щит Давида», по имени одного из героев иудейской истории. В славянской мифологии шести-лучевая звезда символ одного из главных богов славян «Велеса» - бога плодородия и скота, как основного богатства. В Православной христианской религии гексаграмма



Малая Азия
6 тыс. до Р.Х.



Закавказье
3 тыс. до Р.Х.



Древний Иран



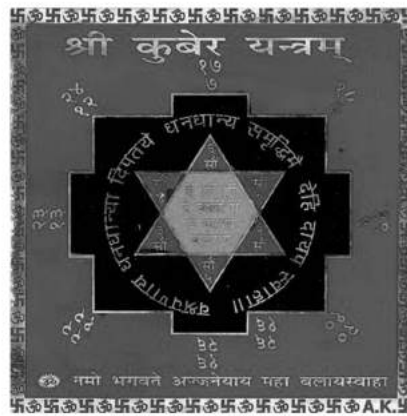
Пиренеи.
Средние века.



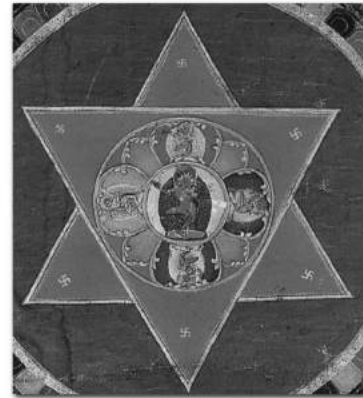
Грузия 10 век.



Диаграмма «Двойной
треугольник Соломона»
Бог Света и Бог Отражения»



Ковёр с Гексаграммой. Тибет.



Красная печать Вишну. Индия.



Бронзовая поясная
пряжка в Серенске 10 в.



Люстра центрального зала
Храма Христа Спасителя. Москва.



Митра Папы Римского.
Ватикан.



Флаг
Государства Израиль



Крест Свято-Троицкого Храма
в Санкт-Петербурге.



Господь Саваоф. Фреска из церкви Борис и Глеба,
село Кадекша под Суздалью.



Рождественская звезда.
Открытка. Россия. XIX в.

Рис.16. Гексаграмма в различных культурах мира.

является образом Рождественской звезды, которой украшались ёлки (рождественское дерево) на Святой праздник Рождества.

Неоднозначными символами в мировой культуре являются круг и квадрат. В круге заключены понятия вечности, совершенства, абсолюта. В нём заложена идея бесконечного, не имеющего ни «начала», ни «конца». Круг есть проекция шара. С точки зрения пифагорейцев является идеальным геометрическим телом, и по их же утверждениям наш мир состоит из десяти сфер. Круг выступал знаком солнца, т.к. они схоже по форме, и солнце имеет круговой характер движения. Кругу противопоставляется квадрат, символ равновесия, устойчивости. Квадрат связан по знаковой семантике с землей. Метрика земной материи кубическая по своей природе. Наше земное существование находится в шести измерениях (плоскостях), количество измерений такое же, как число сторон куба. Членение мира кубическую четырёх-частную структуру, определяет также природную периодизацию – четыре времени года, четыре времени суток, четыре стороны света. Семантическое значение квадрата в зависимости от ориентации его диагоналей изменяется по отношению к собственному центру. Квадрат, стоящий на одной из сторон, в ряде символических, мифологических и иных толкований обозначает стабильность, совершенный тип замкнутого пространства, порядок, равенство, справедливость, земля, мужское начало. Квадрат, балансирующий на одном из углов, олицетворяет неустойчивость, беспорядок, душа, женское начало. Сочетание этих двух квадратов в эзотерике выражает внутренние противоречия между душой и телом, человеком и социумом, земным и небесным (Рис.17.2). В архитектуре культовых зданий это сочетание квадратов представлено в комбинации квадрата (земли) и круга (неба) (Рис.17.1), где круг обозначает трансформацию сферы Небес в кубический объём Земли, и в обратной последовательности (Рис.17.3). Квадрат выражает четырёх-частность процессов Земли: четыре стороны света, четыре стихии, четыре времени

года, четыре времени суток. Все эти процессы подразумевают круговую цикличность, что говорит о плотной взаимосвязи квадрата и круга, в своё время геометрами был придуман отдельный термин «квadrатура круга».

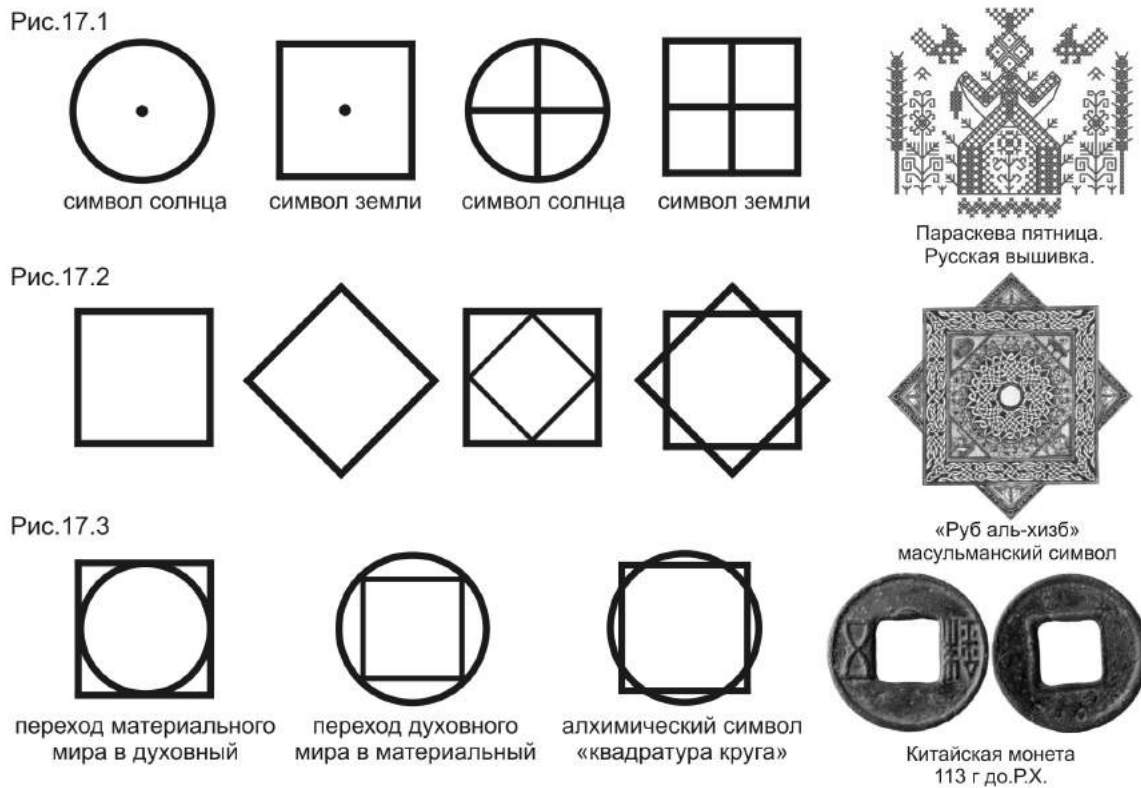


Рис.17. Семантическое значение форм «Круг» и «Квадрат» и их комбинации.

При решении математических задач, например, вычисление длины окружности или площади круга, всегда будет получаться в ответе число с дробями, поэтому проблему квадратуры круга считают неразрешимой, а с позиций психологии зрительного восприятия, аспектов семиотики и законов композиции она поддаётся логическому обоснованию. В процессе отражения знаковой символичности образа от «метки» к «копии», а в нашем случае от «квадрата» к «Земле», наглядна логика движения от «абстрактно-неразличимого» и «конкретно-образному» (см. выше Глава 1, п.1). Что бы продемонстрировать наглядность наших рассуждений можно провести один опыт (Рис.18): возьмём вырезанный квадрат из картона закрепим через его центр ось из твёрдого материала и начнём его вращать, и мы заметим следующую закономерность, что чем больше частота вращения этого квадрата, тем больше он становится похожим на круг.

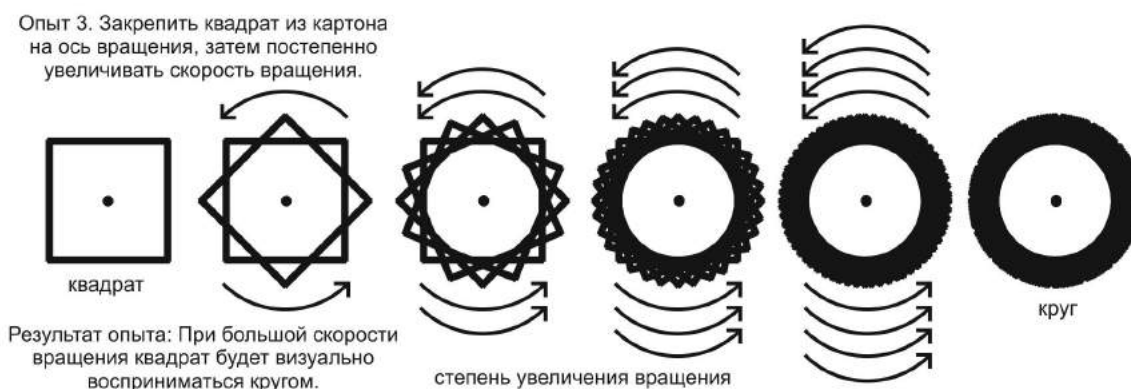


Рис.18. Решение проблемы квадратуры круга с позиции психологии зрительного восприятия.

Кстати, в связи с этим опытом хочется вернуться к семантике креста, но «креста вращающегося», то есть к так называемому образу «Свастика». Перед нами не стоит задача реабилитации сакрального позитивного значения свастики в мировой цивилизации и различных культурах в целом, «присвоенного» нацистскими государствами середины XX века: Германия, Италия, Финляндия, Япония и т.п., а так же «новоиспечёнными» реакционными националистическими движениями XXI века, расплодившимися по всему земному шару. В данной работе символ свастики необходим как знак, который поможет расширить поле значений знака-образа креста и расшифрует коды значений таких фигур, как **круг** и **квадрат**, взятых нами для рассмотрения. Свастика, безусловно, включает в себя те же значения, что и крест, потому как формально, в представлении большинства людей, состоит из перекрестия двух одинаковых элементов, но более важным в семантике свастики является идея вращения и движения, причём вокруг центра. В графическом представлении это можно представить в виде круга с точкой внутри, в общем распространённым и известным всем астрологическим символом солнца (Рис.8). Возникает вопрос: «Почему круг? Свастика по внешним очертаниям ближе квадрату». Естественно, это так, если иметь в виду «Греческий крест» - стix quadrata (Рис.8), крест Hakenkreuz (Рис.9.3), свастику индейцев племени Навахо (Рис.19) и т.п., но имеет смысл

обратиться к более древним археологическим источникам периода развития арийской культуры, где свастика по визуальному контуру вписывалась именно в круг, круг с расходящимися от центра лучами. При этом надо заметить, что лучей в свастике было не только 4, но и 2, 3, 5, 6, 7, 8 и более, и от их количества зависело магическое значение символа «свастика». «Сва» - «Swa» с санскритского «свет», является символом славяно-русского бога «Сварога», именем покровительницы Руси «Мать-птица Сва», и местом обитания светлых богов «Сварги». Однако здесь примечательно то, что свастику у индоевропейских народов называли «Коловрат» в современной фонетике «Солнцеворот». Семантическое значение слова «Коло» заложено в такие слова, как; кольцо, колесо, колодец, колыбель, колено, кол и т.д. В данной цепочке примеров, в нашем исследовании главное значение представляют два ключевых слова «кольцо» и «кол», которые заложены в основе астрологической графемы «солнца», где «кольцо» это «круг», а «кол» это «ось». Из этого можно заключить, что крестообразная свастика только один из вариантов свастик, которая визуальна схожа с крестом, и в первоначальном значении свастика имеет визуально-семантическую конструкцию «вращения - движения», а крест – «пересечения - покоя». Приведенные выше примеры показывают, что «классическая свастика», с точки зрения визуального восприятия, это круг с лучами исходящими из его центра к его контуру. Но фигура круга, как и фигура квадрата, не обладает такой визуальной динамикой как треугольник, поэтому для усиления впечатления движения круг разрывается таким образом, что бы зрительно создать из каждого луча «крюк-треугольник-стрелку», которые в зависимости от разрыва задают визуальное направление вращения в левую или правую стороны.

Здесь можно провести интересные параллели: левые и правые партии, левостороннее и правостороннее движения, «левши» и «правши», левое и правое полушарие мозга и т.п. Нелепо слушать такие рассуждения, что «левоповорачивающая» свастика это «плохо», а «правоповорачивающая» свастика это «хорошо».



Кельтский памятник. IV в. н.э.



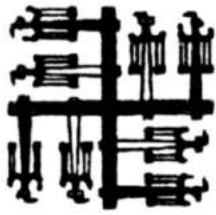
Вестготский могильный памятник. VII в. н.э.



Урна для праха. Великобритания. IV в. н.э.



Наконечники копий викингов. ? в. н.э.



Свастика племени Навахо. Северная Америка..



Глиняная статуэтка. Этрурия. 675 г. до н.э.



Финикия. Этресская ваза. IV в. до н.э.



Глиняный сосуд. Ирак. Самарры. Шумеры. V в. н.э.



Свастика драконов. Шумер. V в. н.э.



Полотенце. Вологодская обл. Россия. XIX в.



Эпитра. Византия. Южная Русь. IX в.



Щиты русских воинов. VIII-X вв. н.э.



Несторианский крест и двуглавый орёл со свастикой. Византия. Константинополь. 481-431 г. н.э.



Храм крыша Мандава. Штат Раджастан. Индия



Церковь Христа Пантократора. Болгария. Несебыр. XIII-XIV вв.



Храмовый комплекс Баальбек в Ливане.



Мавзолей Ходжи Ахмета Яссауи в Туркменистане.

Рис.19. Знак-образ креста-свастики в различных культурах мира.

Правильнее утверждать, что это «две стороны одной медали», явный пример принципов отражения в философии и природных явлениях и формах. Достаточно провести следующие опыты: (первый опыт) изобразить одну из свастик на прозрачном стекле, потом посмотреть на неё с другой стороны стекла; (второй опыт) изобразить одну из свастик на листе бумаги и приставить плоскость листа перпендикулярно плоскости зеркала. В обоих случаях увидим, что правосторонняя свастика преобразуется в левостороннюю свастику, и это доказывает, что одно не может существовать без другого, это суть одно и то же. Всё зависит от того с какой стороны ты смотришь на ту или иную вещь, или чью из сторон ты принимаешь.

Перечисленные символы широко используются с древности и до сегодняшнего дня. Эти символы так же лежат в основе буквенных знаков латинской и кириллической письменности. Вербально-графические коммуникации имеют общую систему воспроизведения, но отличаются по внутреннему смысловому значению, поэтому попытаемся провести сравнительный анализ взаимовлияния фигур-символов и буквенных индексов. Выводы очевидны и наглядны: Знаки сами по себе не несут негативных зрительных эмоций, они приобретают конкретные смыслы в зависимости от контекста визуального окружения.

Рассмотрев выше, некоторые знаковые символы в историческом и культурном аспектах мы определили взаимосвязи и взаимовлияния знаковых систем (Рис.20.1). Такие фигуры-символы как «круг», «треугольник», «квадрат», «крест», а также производные от них фигуры, являются основополагающими в знаковых системах всего мира. Из знаковых символьных систем в древние века образовалась письменность.

Например: фигура «круг» лежит в основе таких букв как «О, С, Э, З, S», «крест» – явное изображение букв «Х, Ж, К, Y», «треугольник» - изображает буквы «А, Л, Д, L, V, W», в «квадрат» вписываются такие буквы как «П, Н, И, Ш, Щ, Ц» и т.д. Этот факт ещё раз доказывает что графические элементы едины в обозначении индексов (букв, цифр), знаков

(фигуры, линии, точки), символов (графических обозначениях, рисунках). Буквы и знаки имеют не только схожие графические элементы, они так же имеют общую композиционную структуру, которая определяет письмо как логическую линейную систему (Рис.20.2).

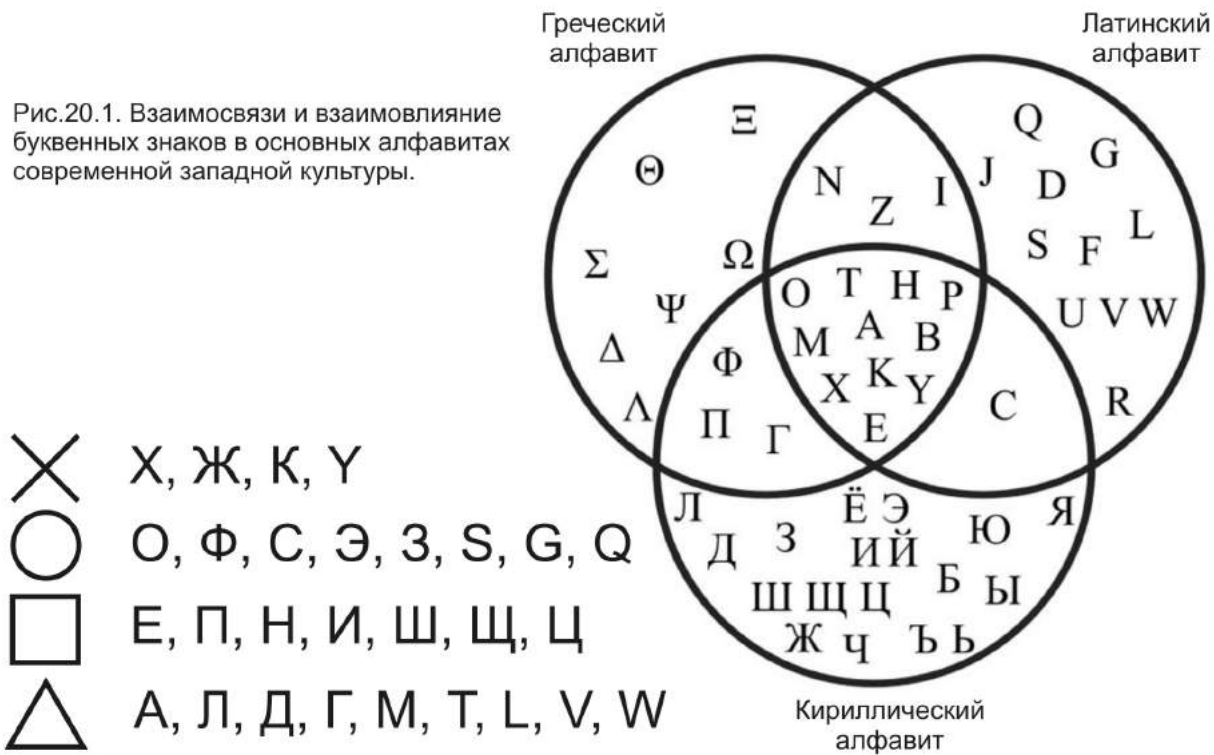


Рис.20.2. Геометрическая и оптическая пропорциональность буквенных знаков латинского и кириллического алфавитов.

Рис.20. Сравнительный анализ буквенных знаков.

Аналогичная система существует в орнаменте. Орнамент то же геометрическая система, которая состоит из визуальных смысловых элементов. Орнамент, как и письмо, имеет линейно-ритмическую композиционную структуру, и потому некоторые виды письменности орнаментальны, например: руническое письмо, русская и арабская вязь и т.п. Если рассматривать различные археологические находки с древних времён, то изображения графических и буквенных знаков перемешаны между собой в хитросплетённый визуально-смысловой рассказ. Человечество на протяжении многих тысячелетий использует как графические, так и буквенные знаки, только с разной степенью интенсивности. Так же в мировой истории в различных цивилизациях эта

интенсивность использования проявлялась по-разному. Следует отметить, на примере китайской письменности, рунического письма, египетских иероглифов, что одни и те же знаки обозначают отдельный звук, слог из согласного и гласного, целое слово, устойчивую фразу или большое смысловое понятие.

С точки зрения физиологии, человек воспринимает 80% информации через, то есть пользуется визуальными средствами коммуникаций. Следовательно, визуальных артефактов (памятников культуры) остаётся больше, чем других предметов культуры. Звуки меняются, речь возникает и исчезает, например мёртвые языки: латинский, язык майя, ацтекский, и многие другие, которые исчезают ежегодно с вымиранием той или иной народности, или языки малых народностей интегрируются в более распространённые. Распространённые языки, так же проникают один в другой, изменяясь как живые организмы. Знаки и знаковые системы намного более живучие, чем звуки. Они можно сказать некий универсальный язык. Если взять, например: нотные знаки в музыке, математические и химические символы, то здесь не обязательно владеть, английским, французским, русским или какими-нибудь другими языками. Эти языки универсальны.

Визуальный язык знаков и артефактов тоже универсален, поэтому всё больше в нашей современной культуре используется, знаков, пиктограмм, индексов, символов. Мы можем их видеть на улицах городов, в глубинах метро, в интерьерах общественных зданий, дорогах, соединяющих населённые пункты и страны, на экранах телекоммуникаций и компьютерах, панелях приборов, так как они более информативны, наиболее быстро считываемые, занимающие меньше места, чем тексты. Каждый знак может включать в себя несколько значений или понятий, в отличие от буквы, обозначающей звук, или числа, выражающего количество, что говорит о семиотической природе визуальных коммуникаций. Будущее за знаками и знаковыми системами, но основной

задачей современного общества остаётся позитивный посыл этих визуальных систем коммуникаций.

3.2. Позитивная визуализация среды в современном обществе.

Коммуникативная среда общества создается традиционными композиционными средствами проектирования визуальных образов линейными, цветовыми и объемными средствами графики, живописи и скульптуры с учетом базовых принципов дизайна. Сами по себе принципы дизайна без их аксиологической оценки как позитивных или негативных, как создающих ценности или антиценности в сфере коммуникаций ещё не гарантируют создание позитивной, гуманной ценной визуальной среды, которая формирует гуманные ориентации, интересы и побуждения человека. Необходимо исследование конкретных установок проектировщиков на использование визуальных знаков, средств, приемов и принципов проектирования для создания аксиологически положительной и позитивной коммуникативной среды.

Это особенно важно в современных условиях, когда "рыночная экономика", система частной собственности, погоня за максимальными прибылями в России приводят к формированию «негативной» рекламы, «престижной» моды, «зомбирующего» брендинга, «показного» имиджа и «безудержной» роскоши и других отрицательных явлений, исходя из объективной значимости, которые используются для манипулирования сознанием людей. Все эти негативные явления капиталистического мира давно известны на западе и подвергаются критике со стороны прогрессивных философов. В нашей стране все эти негативные явления и тенденции также находят критическое отражение и обсуждение не только в программах телевидения, но, и обращённых к этой теме, научных работах, публицистических статьях и других средствах массовой информации у таких авторов как Кара-Мурза С., Маркина О.В., Шабалов В.Ф..

Позитивная визуализация коммуникативной среды необходима во всех

сферах общественной жизни, во всех областях жизни и деятельности общества, потому что коммерциализация, стихия рынка и связанные с ней «механизмы» рекламы, имиджа, брендинга проникают всюду, захватывают практически все сферы бытия. Прискорбно то, что все существующие «механизмы» средств массовой информации работают, в большинстве случаев, со знаком «минус», что в свою очередь отрицательно влияет на массовые коммуникации общества в целом. Визуальные коммуникации, как важнейший из механизмов СМИ и СМК, требуют пристального внимания со стороны специалистов создающих визуальные образы и формирующих визуализацию среды в современном обществе. **На создание средств визуальных коммуникаций в большей степени влияют такие факторы дизайн-деятельности, как: культурно-социальная среда**, в которой находится проектировщик средств визуальных коммуникаций, **профессиональный уровень проектировщика** средств визуальных коммуникаций, **целенаправление проектировщика** в культурно-нравственном воспитании участников визуально-коммуникативной сферы. Попробуем разобраться, как эти факторы дизайн-деятельности взаимодействуют между собой и какое оказывают влияние на визуализацию культурной среды в современном обществе.

Во-первых, необходимо определить, что такое **культурно-социальная среда** в контексте данного исследования. Здесь нет смысла давать общее определение культуры, так как из проведённого автором исследования по философии культуры, определение культуры неоднозначно, поэтому ограничимся **визуальной культурой – культурой визуальных образов**. **Под визуальной культурой надо понимать визуальную коммуникационную среду, искусственно созданную человечеством**, такую среду, которая создана до настоящего момента, влияющую на творческий процесс проектировщика на семиотическом и эстетическом уровне. Визуальная среда, безусловно, мощно влияет на воспитание и профессиональное формирование проектировщика – будущего создателя средств визуальных коммуникаций, но также сильное значение оказывает социальное окружение на его культурное и нравственное

воспитание. В связи с этим именно проектировщик является *визуализатором знака* в экспрессивной (креативной) системе СМИ «Отправитель – Знак – Адресат», а в последующем *дешифровщиком* в мемориальной системе СМК «Отправитель – Знак – Адресат – Знак – Отправитель». В широком смысле проектировщик является коммуникатором в визуальной коммуникативной среде – «транслятором визуальной культуры».

Во-вторых, надо понять - как влияет **профессиональный уровень проектировщика** на создание средств визуальных коммуникаций, и какие он должен иметь компетенции для формирования визуальной среды. **Факторы уровня профессионализма проектировщика** (графика, дизайнера, архитектора и т.п.) **определены шестью принципами дизайна**, где качественными показателями выступают шесть групп требований к качеству продукции (к средствам визуальных коммуникаций), которые изложены в работе Зеленова Л.А. и Фролова О.П. «Принципы дизайна». **Компетенции проектировщика** могут быть **основаны на опыте проектирования реальных объектов проектирования** (сфера потребления и сфера производства) **и на базе теоретических исследований в области проектирования** (концептуальная сфера и методологическая сфера). Другими словами, проектировщик средств визуальных коммуникаций (знаков и знаковых систем) должен знать и понимать цели и задачи «Отправителя - Заказчика», а также предпочтения и пожелания «Адресата - Потребителя», т.е. обладать синкретическими знаниями в различных сферах деятельности человека.

В-третьих, важную роль в формировании позитивной визуальной среды играет **целеполагание проектировщика**. Профессионал, понимающий и разбирающийся в «механизмах» создания средств визуальных коммуникаций, которые есть суть визуальные образы культуры, может использовать свои компетенции и умения не только для достижения позитивно-значимых, но и для негативно-значимых целей. И чем выше компетенции и умения проектировщика, т.е. профессиональный уровень, тем выше вероятность склонения к достижению тех или иных целей. Имея в своём арсенале такие

мощные инструменты воздействия на психологию зрительного восприятия, как: законы композиции на плоскости, в объёме и пространстве; методы проектирования процессов коммуникативных связей и синкретического подхода в решении проектных задач; приёмы манипулирования сознанием, проектировщик способен создавать не только «образы визуальной культуры», но и «образы визуальной антикультуры». Поэтому важна и необходима положительная культурно-социальная среда, которая формирует «внутреннее содержание творца», который в свою очередь будет формировать позитивную визуальную среду, оказывая благотворный культурно-воспитательный эффект на всех участников коммуникационного процесса постиндустриального общества. Данные факторы дизайн-деятельности при создании средств визуальных коммуникаций очень плотно взаимосвязаны между собой. Необходимо понимать, что при ущербности одного из факторов проектирования средств визуальных коммуникаций, невозможна положительная визуализация среды в условиях посткультуры.

Рассматривая философские проблемы развития знаков и знаковых систем в историческом и культурном аспекте, напрашивается вывод, что «знак» изначально «беспристрастен», но становится образом культуры или антикультуры, через наполнение его человеческими чувствами и осуществлёнными действиями, что бы потом через оценку этих чувств и действий другими людьми стать «символом». Знак становится символом по мере влияния на него коммуникационных процессов и всей последовательности коммуникативных функций: **информационная функция – экспрессивная функция – творческая функция - мемориальная функция**, обусловленных историческим развитием культуры. Значение «символа-результата» всегда будет зависеть от суммы факторов коммуникативной сферы жизнедеятельности человека, включая дизайн-деятельность. Поэтому в современном обществе очень остро стоит вопрос о морально-нравственном воспитании каждого члена общества, а в особенности творческой прослойки общества, которая создаёт эти «символы-результаты», эти визуальные образы культуры, в лице художников,

дизайнеров, архитекторов и других визуализаторов нашего бытия. В экономической сфере в большей степени доминирует визуализация брендов и знаков зарубежных, а не отечественных фирм и предприятий, формируется космополитическая психология граждан. В торговой сфере торжествует визуализация импортной продукции и формирование престижного потребления у населения. В финансовой сфере культивируется «американский доллар» или «евро», а не «отечественный рубль». В спортивной сфере воспеваются корыстный профессиональный спорт, а не массовая физическая культура. В медицинской сфере все более утверждается коммерческая хирургия и терапия, уродливые пластические операции, а негуманные принципы народной медицины. В педагогической сфере с одобрения властей происходит коммерциализация образования и превращение социализации в рынок "образовательных услуг" как дорого товара, доступного не для всех. В научной сфере пропагандируются благоприятные условия работы за рубежом, и создаются предпосылки для оттока отечественных ученых за границу. И так далее, и так далее. Все эти содержательно-негативные явления в российском обществе нуждаются в позитивном переосмыслении и оформлении, ибо "содержание оформлено, а форма содержательна", как писал Гегель Г., поэтому все они используют мощный и эмоционально сильный потенциал визуальных знаковых средств, которые и создают соответствующую коммуникативную среду в экономике, торговле, спорте, образовании, искусстве и других сферах общественной деятельности. Проектировщики как носители культуры и создатели визуальных образов культуры несут ответственность за характер аксиологической значимости своей продукции. Мы считаем не только необходимым, но и возможным, опираясь на принципы дизайна, создание позитивных визуальных образов в коммуникативной среде.

Когда-то в XIX веке Чернышевский Н.Г. говорил о том, что «...задача художественной критики формирование хорошего общественного вкуса». Сегодня наша художественная, литературная, музыкальная, архитектурная, медийная критика, так называемая объективная оценочная деятельность в

сфере искусства, и в сфере визуальных коммуникаций молчит или потворствует созданию негативно влияющих на общество фильмов, выставок, рекламы, презентаций, брендов и т.д. Дизайнеры должны встать на пути потока этой «халтуры», с её отупляющим антигуманизмом. Дизайнеры, архитекторы и специалисты других творческих направлений имеют очень сильное влияние на сознание народных масс и общества в целом, только далеко не всегда они отдают себе в этом отчёт. Они зачастую используют весь арсенал технических средств, проектных методов и творческих способностей для создания объектов и средств визуального обмана в продвижении товаров и услуг, которые хочет продать производитель в огромных количествах, создавая ситуацию чрезмерного потребления в современном обществе. В середине XIX века в России среди торгового люда была распространена поговорка: "Не обманешь - не продашь". Сегодня мы убеждаемся в этом при анализе ложной искажавшей качество вещей рекламы: обмен стал нормой. "Реклама - двигатель торговли", - говорят коммерсанты и маркетологи, но забывают слова Генри Форда: "Лучшая реклама - качество товара". Иначе говоря, не только содержание качества предметов должно быть совершенным, прекрасным, но и форма их презентации, визуальные знаки-образы тоже должны быть истинно-прекрасными, качественными, что зависит от воли и культуры проектировщиков, архитекторов и дизайнеров.

Знак – форма мысли, априорная форма, чистая идея, которая наполняется чувственным содержанием, формируя визуальную культуру любого современного общества.

Выводы по ГЛАВЕ 3.

Визуальные образы культуры, рассмотренные в контексте эволюционного развития визуальных знаковых средств, на примере письменности, создают визуально-коммуникационные системы, которые способны фиксировать эволюционные процессы развития общества. При помощи письменных знаков, человечество смогло записать

коммуникативные взаимоотношения субъектов истории, что затруднительно сделать вербальными средствами коммуникации, поэтому как вербальные средства коммуникации подвержены постоянным изменениям и трансформациям, вплоть до полного исчезновения. В современной культуре, при интенсивном обмене большого потока информации письменные знаки начинают нести в себе больше смыслов и значений, соответственно, способствуют формированию новых визуально-ёмких коммуникационных знаковых систем. Письменные знаки становятся визуальными символами. Визуальная символика социума в целом имеет особое значение для узнавания, идентификации, сигнализации и регионализации, что очень значимо в современной системе социальной коммуникации.

Визуальные знаки всех типов и видов, безусловно, образуют социально-культурную среду современного общества, но знания типологии носителей культуры и знаков не достаточно для полного понимания функционирования коммуникативных систем общества, в том числе визуальной коммуникации. Поэтому необходимо разобраться в том, как визуальные знаки образуют визуальные знаковые системы, как работают эти визуально-коммуникативные системы, какими коммуникативными функциями они обладают и какую природу они имеют. Учитывая то обстоятельство, что общество в процессе развития создаёт не только ценности (позитивное), но и антиценности (негативное) в социально-культурной сфере коммуникаций, знак и знаковая система меняет своё содержание в зависимости от контекста социально-культурной среды и средств визуальной коммуникации, посредством которых создаются визуальные образы культуры. Из этого следует, что очень важно понять, какие исторические и культурные аспекты влияют на формирование современной позитивной визуальной среды.

Вопросы для проверки по ГЛАВЕ 3.

- Каков потенциал средств визуальной коммуникации при формировании коммуникативной среды культуры?
- Приведите примеры средств визуальной культуры на современном этапе развития культуры?
- Дайте определение понятиям «Речь» и «Письмо». В чём заключается различие между понятиями и что определяет их единство?
- Перечислите основные вехи развития письменности в различных культурах мира.
- Опишите основные алфавиты современной западной культуры и охарактеризуйте различие и единство их знаковых начертаний.
- Расскажите о социально-исторических реформах славяно-русской письменности.
- Перечислите геометрические фигуры, заложенные в основу написания буквенных знаков. Проведите сравнительный анализ буквенных знаков греческого, латинского и кириллического алфавитов.
- Позитивное и негативное семантическое значение креста, как одного из древнейших графических изображений.
- Какова зрительная динамика визуального поля различных геометрических фигур положенных в основу знаковых систем?
- Семантическое значение формы «Треугольник», и дополнительные значения различных комбинаций треугольников в мировой культуре.
- Семантическое значение форм «Круг» и «Квадрат», а также их комбинаций в мировой культуре. Их единство и различие семантики.
- Какие факторы дизайн-деятельности влияют на создание средств визуальной коммуникации? Коротко опишите эти факторы.
- Перечислите коммуникативные функции под влиянием которых знак становится символом.
- В зависимости от чего «Знак» становится «Символом»?

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература

1. Аванесов, Г. А. Морфология культуры / Г. А. Аванесов, В. Г. Бабаков, Э. В. Быкова [и др.] – М.: Наука, 1994. – 415 с.
2. Айванхов, О. М. Язык геометрических фигур / О. М. Айванхов. – М.: Просвета, 1994. – 152 с.
3. Ананьев, Ю. В. Культура как интегратор социума / Ю. В. Ананьев. – Н. Новгород: ННГАСУ, 1996. – 240 с.;
4. Аристотель. Никомахова этика. Соч. в 4 т., Т.4. - М.: Наука, 1983.
5. Арсеньев Ю.В. Геральдика. М., 2001.- 384 с.: ил.
6. Безмоздин, Л. Н. В мире дизайна: монография / Л. Н. Безмоздин. – Ташкент: ФАН, 1990. – 325 с.
7. Богданов, Д. В. Социально-коммуникативная сфера общества: монография / Д. В. Богданов. – Н. Новгород: ВГАВТ, 2013. – 117 с.;
8. Бодрияр, Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрияр. – М.: Академический проект, 2003. – 249 с.
9. Васин, С. А. Проектирование в графическом дизайне: учеб. для вузов / С. А. Васин [и др.]. – М.: Машиностроение-1, 2006. – 320 с.;
10. Галеев, Б. М. Светомузыка: становление и сущность нового искусства / Б. М. Галеев. – Казань: Таткнигоиздат, 1976. – 272 с.
11. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебное пособие / Д. П. Гавра. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
12. Гегель, Г. В. Ф. Наука логики / Г. В. Ф. Гегель – СПб.: Наука, 1997. – 800 с.
13. Герасимова, С. А. Культурология и телекоммуникации / С. А. Герасимова – М.: Гардарики, 2007. – 173 с.
14. Глазычев, В. Л. О дизайне / В. Л. Глазычев. – М.: Искусство, 1970. – 191 с.
15. Гропиус, В. Границы архитектуры / В. Гропиус; пер. А. С. Пинскер; науч. ред. В. И. Тасалова – М.: Искусство, 1970. – 287 с.
16. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего / М. Маклюэн. – М.: Академический проект, 2005. – 495 с.
17. Дмитриева, Н. А. Изображение и слово / Н. А. Дмитриева. – М.: Искусство, 1962. – 317 с.:
18. Дугин, А. Г. Знаки Великого Норда / А. Г. Дугин. – М.: Вече, 2008. – 310 с.
19. Ильина, О. В. Цветоведение и колористика : учеб. пособие / О. В. Ильина, К. Ю. Бондарева. – СПб.: ГТУРП, 2008. – 120 с.
20. Ингарден, Р. Исследования по эстетике / Р. Ингарден. – М., ИЛ., 1962. – 572 с.
21. Йончев, В. Шрифтът през вековете / В. Йончев. – М.: София. 1975. – 412 с.
22. Зеленов, Л. А. Мера человека / Л. А. Зеленов. – Н.Новгород: ННГАСУ, 2009. – 125 с.
23. Зеленов, Л. А., Балакшин, А. С., Владимиров, А. А. Философия культуры / Л. А. Зеленов, А. С. Балакшин, А. А. Владимиров. – Н. Новгород: ВГАВТ, 2012. – 484 с.

24. Зеленов, Л. А., Фролов О. П., Принципы дизайна / Л. А. Зеленов, О. П. Фролов. – Горький: ГИСИ, 1978. – 30 с.
25. Зеленов, Л. А. Методология и теория деятельности / Л. А. Зеленов [и др.]. – Горький: НТКО, 1982. – 140 с.
26. Кнорозов, Ю. В. Письменность индейцев майя / Ю. В. Кнорозов. – М., 1963. - 664 с.
27. Королёв, К. История письма: Эволюция письменности от Древнего Египта до наших дней / К. Королёв; пер. с нем. Г. М. Бауэра. – М.: Изд-во Эксмо, 2002. - 400 с.
28. Кох, Р. Книга символов. Эмблемата / Р. Кох. – М.: Золотой век, 1995. – 401 с.
29. Кристиансен, В. Философия искусства / В. Кристиансен. – СПб.: Шиповник, 1911. – 320 с.
30. Ланде, Пол. Тайные знаки / Пол Ланде; под ред. Пола Ланде; пер. с англ. И. Павловой, М. Леоновича. – М.: Изд-во «Вокруг света», 2011. – 288 с.
31. Лосев, А. Ф. Проблема символа и реалистическое искусство / А. Ф. Лосев. – М.: Искусство, 1976. – 320 с.
32. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб.: Петрополис, 2001. – 704 с.
33. Лотман, Ю. М. Семиотика и искусствоведение / Ю. М. Лотман [и др.]; под ред. Ю.М. Лотмана, В.М. Петрова. – М.: Изд-во «Мир», 1972. – 368 с.
34. Лоукотка, Ч. Развитие письма / Ч. Лоукотка; пер. с чеш. Н. Н. Соколова; под ред. П. С. Кузнецова. – М. Изд-во «ИнЛит», 1950. – 320 с.
35. Луман, Н. Морфология культуры / Н. Луман. – М.: Наука, 1994. – 415 с.
36. Луман, Н. Медиа коммуникации. / Н. Луман; пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров. – М.: Изд-во «Логос», 2005. – 280 с.
37. Маклюэн, Г. М. Галактика Гуттенберга. Становление человека печатающего / Г. М. Маклюэн. – 2-е изд. – М.: Академический Проект, Гаудеамус, 2013. – 496 с.
38. Мальдонадо, Т. Проблемы дизайна / Т. Мальдонадо. – М.: НИИ теории и истории изобразительных искусств Российской академии художеств, 2011. – 320 с.
39. Маннгейм, К. Избранное: Социология культуры / К. Маннгейм. – СПб.: Университетская книга, 2000. – 501 с.
40. Маркина, О. В. Бренды в системе культуры: монография / О. В. Маркина. – Н. Новгород: ННГСУ, 2009. – 140 с.
41. Маркс, К. Ф., Энгельс Ф. Из ранних произведений / К. Ф. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1956. – 699 с.
42. Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркузе – М.: «Refl-book», 1994. – 368 с.
43. Моль, А. А. Социодинамика культуры / А. А. Моль; пер. с фр. Б. В. Бирюкова, Р. Х. Зарипова, С. Н. Плотникова. – М.: Издательство «Мир», 1973. – 416 с.

44. Моль, А. А. Теория информации и эстетическое восприятие / А. А. Моль; пер. с фр. Б.А.Власюка, Ю. Ф. Кичатова, А. И.Теймана. – М.: Издательство «Мир», 1966. – 352 с.
45. Моррис, Ч. У. Основания теории знаков / Ч. У. Моррис; пер. в англ. В. П. Мурат // Семиотика. – Москва: Радуга, 1983. – С. 37-89.
46. Мюнх, Г. Беспредметное искусство – ошибка против логики / Г. Мюнх. – М.: Мир, 1966. – 274 с.
47. Пирс, Ч. С. Начала прагматизма. Том 2. Логические основания теории знаков / Ч. С. Пирс; пер. с англ. В. В. Кирющенко, М. В. Колопотина. – СПб.: Лаборатория Метафизических Исследований философского факультета СПбГУ, 2000. – 352 с.
48. Полисар Г.Л. Моделирование: научное издание / Г.Л. Полисар. - М. : Воениздат, 1963. - 120 с. : ил.;
49. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникаций: учеб. пособие / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд. – М.: СмартБук, 2009. – 656 с.
50. Прохожев, О.А. Визуальные образы культуры // Приволжский научный журнал, Вып. 2., ННГАСУ, Н. Новгород, 2013, - с 180. (с. 178 - 182).;
51. Прохожев, О.А. Семиотика и средства визуальных коммуникаций // Приволжский научный журнал. Вып. 4., ННГАСУ, Н. Новгород, 2013, - с 268. (с. 243 - 247).;
52. Прохожев, О.А. Философские проблемы развития визуальных знаковых систем: От знаков к письму и от письма к знаковым системам // Приволжский научный журнал. Вып.1., ННГАСУ, Н. Новгород, 2014, - с 290. (с. 273 - 277).;
53. Рошаль, В. М. Энциклопедия символов / В.М. Рошаль. – СПб.: Сова, 2007. – 1007 с.
54. Рудер, Э. Типографика / Э. Рудер. - М.: Изд-во «Книга»,1982. – 286 с.
55. Техническая эстетика / Ежемесячный теоретический, научно-практический и методический иллюстрированный журнал Государственного комитета СССР по науке и технике. – М.: ВНИИТЭ, 1966. – № 5. – 32 с.
56. Тоотс, В. Современный шрифт / В. Тоотс. – М.: Книга, 1966. – 272 с.
57. Устин, В. Б. Учебник дизайна. Композиция, методика, практика / В. Б. Устин. – М.: АКТ, 2009. – 254 с.
58. Фоли, Джон. Энциклопедия знаков и символов / Джон Фоли. – 2-е изд. – М. Вече, 1996. – 430 с.
59. Фрилинг, Г. Человек – цвет – пространство. Прикладная цветопсихология / Г. Фрилинг, К. Ауэр; пер. с нем. О. В. Гаваловой. – М.: Стройиздат, 1973. – 117 с.
60. Хембри, Райн. Самый полный справочник. Графический дизайн / Райн Хембри; пер. с англ. А. В. Банкрашкова. – М.: АСТ: Астель, 2008. – 192 с.
61. Шабалов, В. Ф. Культурологическая системогенетика бренда: монография / В. Ф. Шабалов. – Н.Новгород: ННГАСУ, 2009. – 147 с.
62. Шаповал, А. В. Отечественная экспериментальная эстетика в постиндустриальный период: монография / А. В. Шаповал. – Н.Новгород, 2009. – 168 с.

63. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации: учебник / Ф. И. Шарков. – М.: Перспектива, 2002. – 246 с.

Дополнительная литература

64. Арнихейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнихейм; под общ. ред. В. П. Шестакова; пер. с англ. В. Л. Самохина. – М.: Прогресс, 1974. – 392 с.
65. Белый, А. Символизм / А. Белый. – М.: Мусагет, 1910. – 635 с.
66. Гадамер, Х. - Г. Истина и метод: Основы философской герменевтики. Общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова. М.: Прогресс, 1988. - 704 с.
67. Гегель, Г. В. Ф. Сочинения. Т.3. Философия духа / Г. В. Ф. Гегель – М.: Политиздат, 1956. – 372 с.
68. Галеев, Б. М. Поэма огня: концепция светомузыкального синтеза А. Н. Скрябина / Б. М. Галеев. – Казань: Изд-во КГУ, 1981. – 160 с.
69. Дахин, А. В. Формационное самоопределение универсума. Природный мир: монография / А. В. Дахин. – Н.Новгород: НАСИ, 1993. – 107 с.
70. Делёз, Ж., Гваттари, Ф. Капитализм и шизофрения: Тысяча плато / Ж. Делёз, Ф. Гваттари; пер. Я. И. Свирского. – М.: У-Фактория, 2010. – 895 с.
71. Деррида, Ж. Структура, знак и игра в дискурсе гуманитарных наук // Деррида Ж. Письмо и различие. СПб: Академический проект, 2000. – С. 352-368.
72. Дёмин, В. Н. Северная прародина Руси / В. Н. Дёмин. – М.: Вече, 2007. - 576 с.
73. Зеленев, Л. А. История и теория дизайна / Л. А. Зеленев. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2002. – 46 с.
74. Каган, М. С. Философия культуры. Становление и развитие / М. С. Каган. – СПб.: Издательство «Лань», 1998. – 448 с.
75. Кантор, К. М. Правда о дизайне. Дизайн в контексте культуры доперестроечного тридцатилетия (1955 - 1985) / К. М. Кантор. – М.: АНИР, 1996. – 286 с.
76. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2008. – 864 с.
77. Клаус, Г. О. Сила слова. Гносеологический и прагматический анализ языка / Г. О. Клаус. – М.: Прогресс, 1967. – 216 с.
78. Лиотар, Ж. Ф. Феноменология / Ж. Ф. Лиотар. – СПб.: Изд-во «Алетейя», 2001. – 151 с.
79. Ломов, Б. Ф. Человек и техника / Б. Ф. Ломов. – М.: Радио, 1966. – 464 с.
80. Лосев, А. Ф. Бытие. Имя. Космос / А. Ф. Лосев. – М.: Мысль, 1993. – 958 с.
81. Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.: Изд-во «КАНОН-пресс-Ц», 2003. – 464 с.
82. Маркс, К. Ф. Капитал: критика политической экономии / К. Ф. Маркс; под науч. ред. Л. Л. Васина [и др.] – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 527 с.

83. Мелибруда, Е. Я-Ты-Мы: психологические возможности улучшения общения / Е. Мелибруда. – М.: Прогресс, 1986. – 254 с.
84. Павлов, Т. Теория отражения / Т. Павлов. – М.: Изд-во Иностранной литературы, 1949. – 519 с.
85. Пахтер, М., Лэндри, Ч. Культура на перепутье. Культура и культурные институты в XXI веке / М. Пахтер, Ч. Лэндри. – М.: Классика-XXI, 2003. – 96 с.
86. Петровский, А. В. Общая психология / А. В. Петровский. – М., 1976. – 479 с.
87. Парыгин, Б. Л. Анатомия общения / Б. Л. Парыгин. – СПб.: Изд. Михайлова В.А., 1999. – 300 с.
88. Пигулевский, В.О. Визуальные коммуникации в рекламе и дизайне / В. О. Пигулевский; под ред. В. О. Пигулевского. – М.: Изд-во «Гуманитарный центр», 2011. – 404 с.
89. Платов, А. В. Руны: два тысячелетия магической традиции / А. В. Платов. – М.: Вече, 2010. – 448 с.
90. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд. – М.: Рефл-бук. – 698 с.
91. Прохожев, О.А. Принципы формообразования визуальных коммуникаций // Сборник трудов аспирантов, магистрантов и соискателей. Том.3. Социально-гуманитарные науки. 2013, ННГАСУ, Н. Новгород, 2013, - с 191. (с. 26 - 31).
92. Рунге, В. Ф. История дизайна, науки и техники / В. Ф. Рунге. – Кн.1. – М.: Архитектура-С, 2006. – 386 с.
93. Серов, Н. В. Эстетика цвета. Методологические аспекты хроматизма / Н. В. Серов. – СПб.: БИОНТ, 1997. – 64 с.
94. Смирнов, С. И. Шрифт в наглядной агитации / С. И. Смирнов. – М.: Плакат, 1987. – 192 с.
95. Сомов, Ю. «Композиция в технике» монография. - М., 1970.
96. Степанов, Ю. С.. Семиотика. Антология. Сборник научных статей под редакцией Ю.С. Степанова / Ю. С. Степанов. – М.: Изд-во «Деловая книга», 1999. – 702 с.
97. Сулима, И. И. Философская герменевтика и образование / И. И. Сулима // Педагогика. - 1999. - № 1. - С. 36.
98. Устин, В. Б. Композиция в дизайне / В. Б. Устин. – М.: АСТ, 2007. – 239 с.
99. Чурленис, Н. К. Про музыку и рисование, письма, записи и статьи / Н. К. Чёрленис. – Вильнюс, 1960. – 296 с.
100. Шмаков, В. Основы пневматологии: Теоретическая механика становления духа / В. Шмаков. – Киев: София, 1994. – 703 с.
101. Уокер, Б. Женская энциклопедия. Символы, сакралии, таинства / Б. Уокер; пер. с англ. А. Егазарова. – М: Астель, 2005. – 638 с.
102. Эшфорд, Ф. К. Дизайн и промышленность / Ф. К. Эшфорд. – М.: Мысль, 1968. – 177 с.

Прохожев Олег Алексеевич

**ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ
В ИСТОРИЧЕСКОМ И КУЛЬТУРНОМ АСПЕКТЕ**

Учебно-методическое пособие

Подписано в печать 25.10.2019г. Формат 60x90 1/8 Бумага газетная. Печать трафаретная.
Уч. изд. л. 13,7. Усл. печ. л. 14,1. Тираж 300 экз. Заказ №

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет»
603950, Нижний Новгород, ул. Ильинская, 65.
Полиграфический центр ННГАСУ, 603950, Н.Новгород, Ильинская, 65
<http://www.nngasu.ru>, srec@nngasu.ru