А.Л. Свитич, преподаватель кафедры фотожурналистики и технологий СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: svitich-a@mail.ru

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ГРАФИЧЕСКОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА МЕДИАТЕКСТА

В статье рассматриваются некоторые семиотические аспекты изучения графической иллюстрации в СМИ как элемента медиатекста, как особой системы визуальной коммуникации, имеющей собственный язык и принципы передачи информации.

Ключевые слова: *графическая иллюстрация, визуальный язык, визуальная коммуникация.*

The author considers some semiotic aspects of studying of a graphic illustration in the media as an element of media texts, as a special visual communication system that has its own language and principles of information transmission.

Key words: *graphic illustration, visual language, visual communication.*

Введение

В современном информационном обществе актуальной является задача всестороннего исследования явлений, тем или иным способом связанных с передачей информации, т.е. участвующих в коммуникационном процессе. В сформировавшемся медиапространстве невербальные средства коммуникации превратились из вторичного источника информации в равноценный компонент медиатекста[1], не уступающий вербальному по значению и зачастую имеющий более высокий информационный потенциал и возможности применения.

При восприятии читателем содержания печатного издания можно говорить о визуальной коммуникации. Передача информации в начале процесса ее получения происходит визуальным способом, и в этом большую роль играет графическая иллюстрация как вид визуального сообщения. Знаки, из которых строятся визуальные сообщения, выполняют роль носителей определенных смысловых значений. Именно благодаря им оказывается возможным кодирование передаваемой в сообщениях информации и реализация коммуникативных актов. Помимо этого иллюстрация служит инструментом идентификации издания, акциденции главного материала, а также одним из инструментов навигации. И в связи с этим проблемы изучения графической иллюстрации как визуального элемента медиатекста представляются весьма актуальными. Как правило, в многочисленных исследованиях СМИ основным объектом выступает вербальный текст, а иллюстрация либо не включена в объект исследования, либо включена как второстепенный элемент.

Сегодня в понятие «иллюстрирование» входит использование различного типа изображений на страницах периодических изданий. Несмотря на кажущуюся очевидность ответа, термин «иллюстрация» в общем и «графическая иллюстрация» в частности применительно к СМИ имеет поливариантные объяснения. Графических иллюстраций множество. Некоторые исследователи относят к ним инфографику и графические элементы (пиктограммы и другие элементы визуализации рубрик), являющиеся неотъемлемыми компонентами печатных изданий. Поэтому необходимо провести четкие дефиниции, на основании которых можно построить определения термина «графическая иллюстрация». Графическая иллюстрация в СМИ пришла из искусства оформления книги, и первые определения графической иллюстрации были даны художниками—иллюстраторами, исследователями и преподавателями искусства книги. Так, основатель русской школы искусства книжного иллюстрирования В.А. Фаворский определял иллюстрацию как часть «живого организма» книги, которая выполняет не только функцию визуализации, но и, организуя ее конструкцию, направляет движение читательского интереса по страницам издания [Фаворский, 1996]. Известный исследователь искусства оформления книги А.А. Сидоров считал иллюстрацию областью изобразительного искусства: «Иллюстрация есть прежде всего выявление средствами изобразительных искусств того, что путем слова выявляется в печати и письме» [Сидоров, 1922, с. 78]. По мнению Сидорова, иллюстрация является второстепенным элементом текста, который лишь «дополняет образ, полученный от чтения четкой формой изобразительного искусства. Неясным у читателя зрительным представлениям она дает осязаемую — организованную — форму» [там же, с. 82]. Таким образом, определения понятия «иллюстрация» и ее функций по отношению к тексту касаются в основном области искусства книги. В то время как иллюстрация в СМИ имеет свою специфику, которую точнее определяют справочные издания полиграфической направленности.

Рекламно-полиграфический словарь дает этому термину следующее определение: ***иллюстрация*** (от нем. illustration, лат. illustratio — пояснение) — дополнительное наглядное изображение (репродукция, рисунок, фотография, схема, чертеж и пр.) в тексте издания. Иллюстрация поясняет, украшает или дополняет основную тексто-

[1] Медиатекст (media text, media construct) — сообщение, изложенное в любом виде и жанре медиа (газетная статья, телепередача, видеоклип, фильм и пр.). *Фёдоров А.В.* Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог, 2010. С. 64.

вую информацию издания[2]. Автор издательского словаря А.Э. Мильчин конкретизирует это определение: ***иллюстрация*** — изображение в издании, поясняющее текст, помогающее читателю лучше понять его благодаря своей наглядной изобразительной форме или дополняющее текст, выражающее содержание, которое либо вообще нельзя передать в текстовой форме, либо передать в ней гораздо сложнее, а воспринимать намного труднее[3]. При работе мы столкнулись с тем, что исследователи не определяют графическую иллюстрацию как самостоятельный вид изображения. Поэтому автор счел необходимым предложить следующее определение графической иллюстрации в периодических изданиях. ***Графическая иллюстрация*** — это изображение, наглядно поясняющее, дополняющее, оформляющее текст, выполненное с помощью средств графики или цифровых инструментов визуализации.

Для исследования графической иллюстрации как элемента медиатекста значимыми являются проблемы визуальной семантики, синтактики и прагматики, взаимодействия иконической знаковой системы с вербальной семиотической системой. Начало семиотическому осмыслению визуальных изображений как особой знаковой системы было положено в ряде работ. В этих исследованиях рассматривались, скорее, общие положения семиотики изобразительных элементов в искусстве [Лотман, 1994, 1998], моде и фотографии [Барт, 2003], в дизайне [Жердев, 2010], в креолизованном тексте [Чаплыгина, 2006]. Всестороннего изучения графической иллюстрации как визуального элемента медиаконтента и компонента знаковой системы издания до этого момента не проводилось.

Выявить присущие графической иллюстрации семиотические признаки — насущная задача в исследовании визуальных компонентов СМИ. Данная работа раскрывает некоторые семиотические аспекты изучения графической иллюстрации как органичного элемента медиатекста и призвана наметить дальнейшие направления ее исследования.

Методология и результаты

Изучение характеристик и особенностей визуального контента различных изданий предполагает использование методов анализа, классификации и сравнения иллюстраций. Для исследования данного вопроса как основной был выбран метод контент-анализа. Эмпирическим материалом послужили графические иллюстрации

[2] См.: *Стефанов С.И.* Реклама и полиграфия: опыт словаря-справочника. М.: Гелла-принт, 2004.

[3] См.: *Мильчин А.Э.* Издательский словарь-справочник. М.: Олма-Пресс, 2006.

в журналах «Эксперт», «Власть», «Деньги», «Компания», «Профиль», газете «Коммерсантъ» за 2010—2013 гг.

В семиотическом плане рассмотрение графической иллюстрации предполагает изучение ее структуры как компонента знаковой системы издания (синтактика), отношения графической иллюстрации как совокупности иконических знаков к изображаемой действительности (семантика) и к тому, кто его интерпретирует (прагматика).

С точки зрения синтактики рассмотрим графическую иллюстрацию в СМИ как вид семиотически-осложненного визуального сообщения.

Графическая иллюстрация представляет собой вполне самостоятельный вид графики со своим художественным языком. В термин «язык» вкладывается широкое толкование, которое принято в семиотике: «язык — это любая упорядоченная система, служащая целям коммуникации и пользующаяся знаками» [Лотман, 1998, с. 19].

Язык графики основан на выразительных возможностях точки, линии, формы, цвета, которые отвечают за передачу визуальной информации в периодических изданиях. Взаимодействуя между собой, они создают визуальное сообщение, следовательно, могут рассматриваться как особого рода знаки. *Точка* является простейшим средством создания визуального изображения, но, по мнению исследователя семиотики искусства А.П. Лободанова, именно *линия* является основным знаковым «средством изобразительного выражения формы предмета» [Лободанов, 2011, с. 359]. Именно линия дает возможность «закрепления того образного содержания, которое содержится в движениях руки по поверхности изображаемого предмета. Линия стала средством «записи» и закрепления повторенного и смоделированного в сознании человека движения. Проведенная на изобразительной плоскости, она является знаком изображения, его означающей основой — характерным обозначением целостной формы предмета. Таким образом, линия — основа изобразительной деятельности, ее первоэлемент. В основе знаковой природы изображения находится линия, ставшая фундаментом такого явления, как структура изобразительного образа» [там же]. Являясь «первоэлементом изображения», линия, очерчивая абрис изображаемого объекта, превращает его в знаковую *форму*, также представляющую собой вид визуального сообщения. При этом уместно напомнить: в свое время философ, специалист по семиотике У. Эко акцентировал внимание на том, что сам факт наличия графических элементов еще не определяет однозначно смысла сообщения. Например, точка, вписанная в миндалевидную форму, означает зрачок. В другом контексте те же самые точка и дуга будут обозначать, например, банан и виноградину [Эко, 1998, с. 138].

Структуру визуального образа, смоделированного линией, можно проследить на примере иллюстраций В. Чумачева для изданий ИД «Коммерсантъ». Герои его сатирической графики выполнены непрерывной линией. Четко прочитывается лишь рисунок головы персонажа, а тело и конечности изображены схематично. Их образы унифицированы, линейная структура изображения превращена в знак, так же как и авторская подпись, ставшая логотипом.

Цвет также является важнейшим средством графического иллюстрирования в СМИ. Теории цвета, разработанные И.В. Гёте, В.В. Кандинским, И. Итенном, подразделяют цвета на теплые и холодные, насыщенные и приглушенные, выделяют различные типы цветовых контрастов. Их концепции можно применить и к графическому иллюстрированию в СМИ, определяя гармоничные сочетания цветов, их контрастные и нюансные отношения, функции цвета, влияющие на восприятие графической иллюстрации.

Среди основных функций, свойственных цвету в графическом изображении, можно выделить следующие:

— *аттрактивную* — отвечает за привлечение внимания читателя с помощью цвета. При этом комбинация цветов способствует объединению всех компонентов изображения в одно визуальное целое, а их контрастные сочетания позволяют избежать однообразия;

— *выделительную* — отвечает за выделение основных элементов изображения с помощью цвета, выстраивая иерархические визуальные связи;

— *экспрессивную* — отвечает за способность цвета воздействовать на читателя и вызывать у него определенные эмоциональные состояния [Анисимова, 1999, с. 71].

При этом исследователи отмечают относительно устойчивые реакции реципиентов на определенные цвета и их сочетания. Так, красный цвет действует возбуждающе, желтый вселяет радость и оптимизм, голубой цвет успокаивает, черный действует угнетающе и т.д. Сочетания черного с красным или желтым имеют повышенное эмоциональное воздействие и часто используются в дизайне и оформлении печатных изданий. Так, единое стилистическое решение обложки и основного материала еженедельника «Эксперт» создается с помощью графических средств. При этом красный цвет является доминирующим цветовым акцентом, знаковым средством, который поддерживает стилистику конструктивизма и, входя составным элементом в графические изображения, направляет движение читательского интереса к определенным материалам номера, усиливая при этом прагматическое воздействие текста публикаций.

К знаковым понятиям *синтактики* можно отнести и *композиционную структуру* графического изображения, а также отношения подобия формы, цвета и размера в композиции графического изображения. Исследователь психологии искусства Р. Арнхейм установил, что «правила группирования объектов изображения служат не только целям чисто формальной организации композиции, но и способствуют выражению их символического значения... Соединение различных частей средствами подобия цвета, формы, размера, ориентации особенно важно в «разбросанных композициях», для которых в силу того, что они состоят из более или менее изолированных элементов... требуется объединение» [Арнхейм, 2007, с. 85].

Композиционное объединение знаковых элементов важно не только в отдельно взятом графическом изображении, но и во всей знаковой совокупности печатного издания, в котором должны органично сочетаться изобразительные, шрифтовые, пробельные и декоративные элементы. Например, на внутренних полосах журнала «Компания» необычные шрифтовые решения поддержаны полосными иллюстрациями, а также их развитием в качестве декоративных вертикальных полей, что создает единое визуальное знаковое пространство основного материала рубрики «Главное», объединяющее вербальный компонент с изобразительным. К изобразительным компонентам в данном случае относятся и иллюстрация, и типографика заголовка, который выступает как иконический знак.

Взаимоотношение изобразительных иконических знаков внутри печатного издания может определяться как визуальный текст. Рассматривая это понятие, исследователь семиотики дизайна Е.В. Жердев писал: «...визуальный текст организуется как некая структура, составленная из элементов. Это могут быть геометрические формы, шрифтовые или колористические композиции и тому подобные структуры» [Жердев, 2010, с. 324]. В визуальном тексте «подчеркиваются те или иные пространственные или цветовые отношения между элементами (равномерность, ритмичность, симметрия и т.д.), они-то и задают требуемый смысл... Владея азбукой визуальных форм и организацией таких... характеристик, как «сгущение—разряжение», «равномерность—неравномерность», «уравновешенность—неуравновешенность» и т.п., художник имеет возможность осуществлять визуализацию сложных тем и отвлеченных понятий» [там же].

Особенности взаимодействия вербальных и изобразительных элементов в печатном издании определяются функциями, выполняемыми графической иллюстрацией. По отношению к контенту печатных изданий иллюстрация может выполнять функции визуализации медиатекста, быть самостоятельной публикацией либо декоративным элементом. Большинство графических изображений в исследуемых изданиях выполняют функцию визуализации текста,

с помощью средств графики передают содержание статей с разной степенью реалистичности и авторской интерпретации. Они имеют внутриполосное расположение и формат 1/2 полосы и менее, предваряют печатный материал либо заверстываются в текст.

Следующей категорией являются отдельные иллюстрации, представляющие собой самостоятельный материал. К ним относятся иллюстрации обложек и шмуцтитулов, предваряющих крупные рубрики. Крупноформатные иллюстрации шмуцтитулов рубрик «Сюжет недели» еженедельника «Власть» и «Реальные/Нереальные деньги» еженедельника «Деньги» помимо прочего выполняют функции сигнального знака, привлекающего активное внимание читателя еще до ознакомления с материалом.

Декоративными иллюстрациями являются изображения, выполняющие исключительно акцидентную или эстетическую функцию оформления полосы. Отличительным признаком еженедельника «Профиль» до его редизайна в 2011 г. было использование графических иллюстраций в рубрикации. Они были выполнены в стилистике старинных гравюр, изображающих фигуры людей, животных и фантастических персонажей. Использование этих декоративных композиций создавало неповторимую и изысканную изобразительную знаковую систему, являющуюся отличительной чертой визуального языка этого издания.

Проблемы визуализации печатных СМИ необходимо рассмотреть с точки зрения *семантического* анализа иллюстраций. На характер семантических связей обозначаемого и обозначающего в графическом изображении, бесспорно, оказывает влияние представление автора этого произведения об изображаемом объекте или явлении. По наблюдениям Ю.М. Лотмана, художник «составляет себе представление о структуре действительности, т.е. представляет себе окружающую жизнь как структуру (характер этого представления сложно связан со структурой его мировоззрения) и в соответствии с этим располагает элементы рисунка» [Лотман, 1994, с. 63].

В основе творчества художника лежит желание выразить в своей работе сходство с каким-либо явлением. И это желание является основой для понимания проблемы художественно-семантического осмысления окружающего мира и выражения этого понимания в конечном графическом изображении. Автор графической иллюстрации, создаваемой для современного периодического издания, выделяет лишь наиболее важные признаки обобщенной формой, лаконичными линиями, что упрощает форму изображаемого объекта и помогает передать основное и узнаваемое зрителем. Художник выражает свое видение языком метафор, при этом «...метафора выступает в качестве семантического метаязыка, имеющего кодирующий, знаковый характер, рассчитанный на прочтение реципиентом» [Жердев, 2010, с. 25]. Такого же мнения придерживается и Р. Арнхейм, считая, что человеку, поскольку он обладает интуицией, художественным мышлением, «свойственно генетически воспринимать и создавать метафорический образ» [цит. по Жердев, 2010, с. 31]. В изобразительной метафоре свойства одного объекта или явления переносятся на свойства другого объекта по признакам сходства (общим признаком может быть также цвет, форма, фактура, текстура и их комбинации) или противопоставления. В разновидностях изобразительной метафоры можно выделить олицетворение — перенесение на объект (неодушевленный предмет и явление) черт живого существа и метаморфозу — преображение, превращение чего-либо, изменение формы или структуры.

Яркими примерами «визуальной метафоры» служат иллюстрации А. Шелютто для еженедельника «Власть». Крупноформатные иллюстрации этого автора являются графической доминантой всего номера. Перенесший опыт своей работы с плакатной графикой в журнальную иллюстрацию, автор сохранил выразительность крупноформатных образов, но нашел новый стиль графики для этого издания, сочетающий в себе сдержанную цветовую гамму и ассоциативное образное изображение. В его иллюстрациях в полной мере реализуется «символическая функция изображения», которая позволяет создавать «емкие, глубокие по степени обобщения плакатные образы» [Анисимова, 1999, с. 65]. На примере его иллюстраций можно проследить изображения-символы, не только имеющие жестко фиксированное смысловое значение (голубь — символ мира, череп — символ смерти, цепь и кандалы — символы зависимости, маска — символ двуличия и т.д.), но и те, которые несут на себе печать сугубой авторской индивидуальности [там же]. Так, например, часто используемое изображение Буратино в различных вариантах представляет собирательный символический образ подчиненного, зависимого электората[4]; палитра, используемая в качестве нимба, — одухотворенность искусства[5]; галстук — символ политического давления, несвободы[6] и т.д.

Рассматривая графическое изображение с семантических позиций, нельзя забывать, что в отличие от станковой графики иллюстрация, созданная для печатного издания, в первую очередь ориентирована на восприятие аудиторией этого изображения и, как следствие, проблемы *прагматики*, т.е. интерпретации получаемой визуальной информации, становятся основными при рассмотре-

[4] См. в № 13, 34, 40 за 2011 г., № 22, 24, 31 за 2012 г., № 25 за 2013 г.
[5] См. в № 28 за 2010 г.
[6] См. в № 30, 36 за 2010 г., № 26 за 2011 г.

нии этой темы. Прагматический аспект логично рассмотреть на примере сатирических иллюстраций, самых распространенных графических изображений в прессе.

Карикатура и комикс являются разновидностью креолизованного текста, в структуре которых задействованы средства разных кодов, вербального и невербального (в нашем случае визуального). Передача информации осуществляется по двум каналам (вербальному и визуальному), причем их соотношение может варьироваться. В некоторых случаях рисунок представляет более ценную информацию для понимания, чем текст, и наоборот. Изобразительный компонент комиксов А. Зубкова для журнала «Компания» превалирует над вербальным, но для полного понимания аудиторией смысла изображения текстовой компонент необходим. Так, в № 48 за 2011 г., иллюстрируя предвыборное заявление В. Путина о необходимости борьбы с оффшорами, клановостью и коррупцией, автор выбрал образ Змея-Горыныча с тремя головами, шеи которых украшают ошейники с соответствующими надписями, а удалой князь с узнаваемыми чертами лица в раздумье пытается определить, какую из голов срубить. Отсутствие надписей на ошейниках лишило бы изображение смысла, превратив его в банальную иллюстрацию сюжета русских былин, а прагматическая ценность изображения как визуального сообщения была бы потеряна.

Именно на прагматической парадигме визуальных знаков делал акцент Р. Барт в своей работе «Фотографическое сообщение» [Барт, 2003], но его выводы можно применить и к графической иллюстрации как особому роду сообщения в силу единого канала передачи информации. Он писал: «Весь комплекс этого сообщения образуют источник-отправитель, канал передачи и среда получателей» [Барт, 2003, с. 378]. К источникам-отправителям он относил редакцию издания и издательский коллектив, занятый изготовлением иллюстративного материала и подготовкой его к печати. Средой получателей является публика, читающая газету, а канал передачи — газета, вернее комплекс вербальных и визуальных сообщений, из которых она состоит [там же].

Для правильного анализа и восприятия визуальных сообщений в СМИ читателю необходим определенный набор знаний (пресуппозиций), среди которых можно выделить три основных:

— *графические знания* — т.е. знания о рисунке: цвет, фон, размер, форма, отдельные элементы формы и их характеристики;

— *историко-культурологические знания* — позволяют использовать имеющиеся у читателя знания об изображаемом предмете, личности, событии или явлении, их характеристиках, занимаемом месте среди других объектов;

— *лингвистические знания* (для вербо-иконических сообщений) — знание языка, его оборотов и устойчивых выражений, пословиц, идиом и т.д., которое позволяет понять не только визуальную, но и вербальную компоненту изображения [Чаплыгина, 2006, с. 132].

Специфику восприятия графического изображения различными аудиториями можно проанализировать на примере «Петровича» — рисованного персонажа, собирательного образа маленького человека, созданного А. Бильжо еще в 80-е годы XX в., и начинавшего свое триумфальное шествие в СМИ со страниц «Коммерсанта». Но в «Коммерсанте» персонаж А. Бильжо был неуместен, так как аудитория этого издания не идентифицировала себя с ним, воспринимая его, скорее, как антигероя, что послужило причиной перехода А. Бильжо, а вместе с ним и Петровича в «Известия», аудитория которых восприняла рисованного персонажа и его лексику как родного.

Успешность этого проекта вылилась в анимированные ролики на центральных каналах телевидения (мультсериал «Петрович», программа «Однако» с М. Леонтьевым на ОРТ, «Итого» с В. Шендеровичем на НТВ), массовая аудитория которых также приняла рисованного персонажа благосклонно. Его имя и образ стали брендом, он зажил своей самостоятельной жизнью — сначала в прессе, затем на ТВ, сегодня и в интернете (проект «Сноб», сайт Петрович.ру), являя собой яркий пример совпадения кодовых установок автора изображения и аудитории и, как следствие, попадания в волну читательского интереса.

Заключение

Таким образом, можно утверждать, что в современной коммуникативной среде вербальный язык является важнейшим и наиболее универсальным, но не единственным средством передачи информации. В ряде случаев именно во взаимодействии со знаками иной системы, в частности с визуальными, вербальные знаки наиболее успешно реализуют свои коммуникативные функции. Необходимо отметить тенденцию роста объема визуальной информации, имеющей более высокую информационную емкость и более широкий коммерческий потенциал, чем вербальная информация. Визуальная информация получает все более широкое распространение, нарушая монополию печатного текста на передачу информации не только в СМИ, но и в других сферах жизнедеятельности человека.

Визуализация языка СМИ привела к модернизации, преодолению ограниченности литературного языка, который уже не удовлетворяет потребностей читательской аудитории, привыкшей получать большой объем информации в сжатом и максимально концентри-

рованном виде. Иллюстрация в печатном периодическом издании, участвуя как визуальное сообщение в последовательной семиотической цепочке передачи информации от отправителя к получателю, стала особой системой коммуникации, имеющей собственный язык и принципы передачи информации.

В связи с этим представляется актуальным дальнейшее исследование графической иллюстрации в СМИ как элемента медиатекста, компонента фирменного стиля, самостоятельного знака и эстетического объекта.

Список литературы

Анисимова Е.Е. Креолизованные тексты — тексты XXI века? Учеб. пособие по интерпретации текста. М.: ЦЧКИ, 1999.

Арнхейм Р. Искусство и визуальное восприятие. М.: Архитектура-С, 2007.

Барт Р. Фотографическое сообщение // Система моды. Статьи по семиотике культуры. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 2003.

Волкова В.В., Газанджиев С.Г., Галкин С.И., Ситникова Е.В., Тарбеев А.В. Дизайн периодических изданий: Учеб. пособие. М.: Ф-т журналистики МГУ, 2013.

Жердев Е.В. Метафора в дизайне. М.: Архитектура-С, 2010.

Лободанов А.П. Изображение как знаковая система // Семиотика искусства: история и онтология. М.: ГИИ, 2011.

Лотман Ю.М. Искусство как семиотическая система // Ю.М. Лотман и тартуско-московская семиотическая школа. М.: Гнозис, 1994.

Лотман Ю.М. Структура художественного текста // Об искусстве. СПб.: Искусство-СПБ, 1998.

Сидоров А.А. Искусство книги. М., 2013. Репринт по изд. *Сидоров А.А.* Искусство книги. М.: Дом печати, 1922.

Фаворский В.А. О художнике, о творчестве, о книге. М.: Молодая гвардия, 1966.

Чаплыгина Ю.С. Комические креолизованные тексты: взаимодействие знаковых систем. Самара: Изд-во Самарского гос. экономического ун-та, 2006.

Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию. СПб.: Петрополис, 1998.

Поступила в редакцию
04.10.2013

А.В. Цветкова, аспирантка кафедры фотожурналистики и технологий СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: veselinka15@yandex.ru

АБСТРАКТНЫЙ КОД XX ВЕКА: ЭВОЛЮЦИЯ В ИСКУССТВЕ И ВЛИЯНИЕ НА ДИЗАЙН ЖУРНАЛОВ

Журнальный дизайн и авангардные направления искусства анализируются в статье как одно целое. В каждом стиле выявлены признаки абстрактного кода, что позволяет увидеть развитие знаковых систем XX в. как единый процесс и провести классификацию направлений.

Ключевые слова: *абстрактный код, дизайн журналов, модернизм, постмодернизм.*

In this article magazine design and avant-garde lines of arts are analyzed as a single whole. In every style there are features of the common abstract code, that can show us development of the sign systems of the XX century as a single process, and allow to classify all these styles.

Key words: *abstract code, magazine design, modernism, postmodernism.*

Введение

Одним из самых значительных и судьбоносных открытий XX в. в области визуальной коммуникации стало беспредметное творчество. Оно не только радикально изменило сложившиеся художественные системы, но и сформировало графический дизайн журналов, который развивался под влиянием эстетических поисков мастеров авангарда.

Абстрактное мышление стало глобальным явлением в культуре XX в. Искусствовед В.С. Турчин отметил, что «авангардизм “дорабатывался” до абстрактного искусства во всех своих крупных проявлениях»[1]. Тезис о присутствии в наиболее значимых направлениях столетия особой составляющей — «беспредметной константы» — встречается и в других работах [Валяева, 2003, с. 10]. Мысль о едином абстрактном начале во всех формах авангардного творчества настолько точна и глубока, что дает импульс к новым исследованиям и позволяет классифицировать стили XX в. с точки зрения их преемственности. Собственно само абстрактное искусство — это наиболее сильное, но не единственное проявление абстрактного кода — особого типа мышления, которое наблюдается во всех

[1] *Турчин В.С.* По лабиринтам авангарда. URL: http://royallib.ru/read/turchin_v/po_labirintam_avangarda.html#0