

На правах рукописи



Прохожев Олег Алексеевич

**СЕМИОТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ
СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата философских наук

Нижний Новгород – 2018

Диссертация выполнена в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет»

Научный руководитель: **Зеленов Лев Александрович,**
доктор философских наук, профессор,
Заслуженный работник высшей школы РФ.

Официальные оппоненты: **Дахин Андрей Васильевич,**
доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой «Философия и политология» Нижегородского института управления ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации».

Сиротина Ирина Львовна,
доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой дизайна и рекламы Института национальной культуры ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва».

Ведущая организация: ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова».

Защита состоится в 28 июня 2018 г. в 15.30 часов на заседании диссертационного совета Д.212.164.03, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина», адрес: 603950, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 1, ауд. 209 – многофункциональный пользовательский центр.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «НГПУ им. К. Минина» по адресу: 603950, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 1 и на сайте: https://www.mininuniver.ru/images/news/Документы_для_новостей/Диссертация_Прохожева_О.pdf

Автореферат разослан «16» мая 2018 г.

Учёный секретарь диссертационного совета,
доктор философских наук, доцент



Сулима И. И.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность исследования. Изучение визуальных коммуникаций с позиций философии культуры обусловлено тем, что общество со всей системой его внутрикультурных и межкультурных взаимодействий является обширным полем функционирования средств коммуникаций, в частности, средств визуальной коммуникации. Актуальность научного исследования обусловлена следующими обстоятельствами:

Во-первых, становление информационного общества с середины XX века в связи с развитием кибернетики и теории информации погрузило современного человека в безграничный и многогранный поток информации, которая активно транслируется различными средствами массовой информации. Обеспечение функционирования информационных каналов осуществляется техническими средствами, и их комплексами такими, как радио, телевидение, кино, пресса, интернет. Содержательное насыщение этих каналов образами, символами, знаками и другими сигналами – как материальными носителями информации – реализуется специалистами в разных областях культуры. Именно они создают образные модели массовой коммуникации, превращая средства массовой информации (СМИ) в средства массовой коммуникации (СМК). Исследовать закономерности становления информационного поля современной массовой культуры – важная научная необходимость.

Во-вторых, информационная среда современной массовой культуры из однонаправленной коммуникации от «отправителя» к «адресату» все более превращается в двунаправленную коммуникативную среду, в которой функционируют прямые и обратные информационные потоки, посредством средств коммуникаций. Наряду с информатикой стала развиваться и коммуникативистика – теория коммуникаций, которая определяет последовательность этапов эволюции материальных средств коммуникации: устных, письменных, печатных, электронных, виртуальных. Виртуальные средства являются визуально-моделирующими, обладающими более сложной структурой формообразования. Смена средств коммуникации происходит в связи с новыми информационно-культурными потребностями общества и

научно-техническими достижениями. При этом более поздние коммуникативные системы включают в себя каналы предыдущих систем. Создателям коммуникативных визуальных образов и сигналов приходится учитывать это обстоятельство, особенно в период господства постмодернизма с его эклектикой и плюрализмом творческих методов.

В-третьих, в числе многочисленных типов и видов средств коммуникаций особое место занимают визуальные средства коммуникаций, так как именно зрение человека обеспечивает насыщение сознания человека наибольшим объёмом информации. Визуальные средства коммуникации используют для создания визуальных образов графические, цветовые, пластические и объёмные возможности языка таких видов искусства как графика, живопись, скульптура, суперграфика, фотографика. Изучение формообразования визуальных образов коммуникативной среды актуально в условиях постмодерна и эклектики, и является структурирующей основой виртуализации современной культуры.

В-четвертых, необходим анализ базовых принципов формообразования визуальных образов для создания эффективных методов проектирования средств невербальных коммуникаций. Выявление синкретических взаимосвязей аспектов семиотики и формообразования средств визуальных коммуникаций открывает путь для обеспечения единого понимания и целостности выражения в обеспечении коммуникативных связей современного общества в условиях эклектического постмодернизма.

В-пятых, важно выявить влияние контекста на знак и знаковую систему в целом, предупредить об опасности негативного и антикультурного воздействия неверного, искажённого толкования визуальных знаков и символов коммуникации на современного человека. Эта проблема актуальна в связи с существующими едиными методами и принципами создания средств визуальных коммуникаций современной культуры, а также в виду широкого развития массовой культуры и применением технологий зомбирования и манипулирования сознанием людей. Для того чтобы сформулировать позитивную визуализацию коммуникативной среды в условиях современной культуры необходимо учитывать результаты исследований в области философии

культуры, семиотики, психологии визуального восприятия и теории дизайна.

Степень разработанности проблемы. Проблема семиотического анализа средств визуальных коммуникаций, в контексте философии культуры, существует на стыке междисциплинарных исследований, поэтому нам пришлось учитывать степень разработанности существующих граней этой проблемы в различных научных комплексах.

1. Философский анализ культуры потребовал обращения к работам по философии культуры, число которых множится с каждым годом. В исследованиях по философии даются определения культуры, рассмотрены типы и виды культуры, проанализированы базовые функции культуры. Изучение работ зарубежных авторов по философии культуры Ч. С. Пирса, Ч. У. Морриса, Н. Лумана, К. Маннгейма, М. Пахтера, Ч. Лэндри, а так же отечественных авторов Ю. М. Лотмана, А. Ф. Лосева, М. С. Кагана, П. С. Гуревича, Л. Г. Ионина, Э. С. Маркаряна, Л. А. Зеленова, А. С. Балакшина, А. А. Владимирова, помогает представить культуру как совокупность культурных ценностей; понять их как явления, соответствующие мере человека; через понятие значимости выйти на интерпретацию культуры как всего позитивно-значимого, а антикультуры как всего негативно-значимого; понять многомерность функций культуры, в частности, её коммуникативную и мемориальную функции.

2. Коммуникативно-информационный анализ визуальных образов, в особенности средств визуальной коммуникации, проводится в работах отечественных и зарубежных исследователей по проблемам теории информации и коммуникации, это труды Г. П. Бакулева, С. А. Герасимовой, Е. В. Грязновой, А. М. Ержановой, С. А. Зелинского, В. Н. Иванова, В. Б. Кашкина, Н. Б. Кирилловой, В. П. Конецкой, В. В. Копьева, А. В. Назарчука, Ж. В. Николаевой, Ю. М. Лотмана, Дж. Брайанта, М. Кастельса, Н. Лумана, Г. М. Маклюэна, Дж. П. Мёрдока и других. Исследования этими авторами коммуникативно-информационных процессов в современном обществе показало разграничение содержания и формы информации, несомого и носителя, что позволило трактовать сигналы как материальные носители информации, интерпретировать коммуникации как системы прямых и

обратных связей в отличие от однонаправленного процесса передачи информации, выделить основные функции информационно-коммуникативной системы общества.

3. Социально-психологический анализ, отражённый в публикациях по семиотике, теории брендинга, имиджеологии, теории рекламы, маркетинга, даёт понимание функционирования средств визуальной информации и коммуникации. В работах Н. Лумана, С. Г. Кара-Мурзы, Г. Г. Почепцова, Б. А. Грушина, А. И. Ракитова, Г. В. Грачева, И. К. Мельника, Ю. В. Ананьев, Е. Е. Таратуты, А. Н. Фортунатова, Е. П. Савруцкой, Г. М. Андреевой, Д. В. Богданова, Н. И. Григорьевой, Н. К. Иконниковой, Ю. А. Ермакова, С. А. Захаровой, и других исследователей освещаются коммуникативные функции визуальных средств коммуникации и механизмы социально-психологического воздействия символов и образов, которые по каналам информации и коммуникации поступают в распоряжение потребителя. В их работах проведены изыскания по вопросам взаимовлияния знака и значения, методологии создания визуальных образов брендов, социальных механизмов формирования имиджа компании или продукции, и роль в этом процессе моды, рекламы, PR-технологий и других социально-психологических явлений массового сознания. Основательно изучены роль и функции общественного мнения, дается критика моды как временного господства референтного вкуса, разграничивается информация о товаре, услуге и их рекламе.

4. Сравнительный анализ средств визуальных коммуникаций помогает выявить проблемы в формировании и проектировании визуальных образов. Примеры создания визуальных образов и средств коммуникативной среды представлены в работах архитекторов и дизайнеров, художников и искусствоведов, которые непосредственно создают визуальную предметно-пространственную среду общества. Изучение аналогов и прототипов объектов проектирования представляет принципиальное значение для исследования, так как они не только открывают «рецепты кухни проектирования», но и выявляют принципы и методологию проектной деятельности по разработке визуальных образов в коммуникативной сфере культуры. Большое значение в сфере практики проектирования имеют

работы Л. Н. Безмоздина, Н. В. Воронова, В. Л. Глазычева, В. Гропиуса, К. М. Кантора, Т. Мальдонадо, С. М. Михайлова, Е. А. Розейнблума, В. Ф. Рунге, Ю. С. Сомова, В. И. Тасалова, О. П. Фролова, А. В. Шаповала и др.

Объект и предмет исследования.

Объект исследования – визуально-коммуникативная среда современного общества.

Предмет исследования – средства формирования визуальной коммуникации в современной культуре.

Цель и задачи исследования. Целью работы является исследование методов проектирования и функций визуальной коммуникации в современной культуре.

Для реализации этой цели понадобилось решить ряд задач, среди которых выделим главные:

- представление культуры как системы социальных образований;
- исследование знаковых образов культуры;
- выявление визуально-знаковых образов культуры;
- выделение коммуникативных функций визуальных образов;
- определение взаимовлияния знаков и значений в знаковой системе;
- создание методологических принципов формообразования средств визуальных коммуникаций;
- предложение способов преодоления негативного влияния визуальных образов и создания позитивно значимой визуальной среды коммуникаций.

Методы и методология исследования. В качестве базовых методов научного познания применяются диалектический метод, герменевтический метод и метод моделирования. В исследовании визуальных образов культуры и определении знаково-символических образов применяются методы абстрагирования, дедукции и индукции. При рассмотрении развития визуальных знаковых средств используется эволюционный метод исследования. В изучении семиотической природы визуальной коммуникации доминирующими являются функциональный и герменевтический методы. Ключевую роль при решении научной проблемы, посвящённой

формированию коммуникационной среды визуальными образами, играют методы моделирования, аналогии и синтеза.

В качестве методологической основы исследования избраны:

а) принципы диалектического метода, такие как: принцип системности, принцип поляризации, принцип функциональности;

б) принципы семиотического анализа социальных коммуникаций, включающие в себя рассмотрение взаимосвязей знака и значения, значения и смысла, отправителя и адресата, кодирования и декодирования, носителя и несомого;

в) принципы деятельности, в частности дизайн-деятельности, включающей в себя процесс проектирования визуальной среды в системе коммуникации;

г) принципы семиотического моделирования визуальных образов, которые имеют важнейшее методологическое значение в формировании средств визуальной коммуникации.

Кроме того, специфика осуществляемого научного поиска определяет необходимость применения синкретического подхода в создании основных положений создания визуальных образов культуры, посредством проектирования средств визуальных коммуникаций.

Теоретическая база исследования. В качестве теоретических основ по исследованию знаков и знаковых систем, их значений и смыслов автор избирает работы основоположника семиотики Ч. С. Пирса и продолжателя его идей Ч. У. Морриса, а так же труды Ю. М. Лотмана, который стоял во главе московско-тартуской семиотической школы.

Теоретические положения работ А. А. Моля, Н. Лумана, Г. М. Маклюэна, К. Маннгейма, М. С. Кагана, Г. Г. Почепцова, С. Г. Кара-Мурзы являются важным материалом в рассмотрении социально-коммуникационных процессов формирования культуры.

Применяемые в исследовании аспекты теории дизайна, формирующие философско-проектный инструментарий создания средств визуально-коммуникативной среды в системе культуры, содержатся в работах Р.

Арнихейма, В. Гропиуса, Т. Мальдонадо, Дж. К. Джонса, В. Л. Глазычева, Л. А. Зеленова, О. П. Фролова, А. В. Шаповала.

Гипотеза исследования состоит в предположении о том, что семиотика как наука о знаках и значениях применима не только в сфере исследования вербальной коммуникации и трактовке языков и письменностей, но и может эффективно применяться в процессе создания визуальной коммуникации и «вторичных моделирующих систем» в виде визуальных знаков-образов. Визуальный знак и знаковая система приобретают семиотическое позитивное или негативное значение в зависимости от контекста социально-культурной среды, а также субъектов, формирующих средства визуальной коммуникации современной культуры.

Научная новизна исследования.

1. В работе впервые даётся анализ семиотического ряда визуальных образований с выделением их специфики, который выстраивается в соответствии с логикой визуальной динамики от «абстрактно-неопределенного» до «натурально-уподобленного» объекта обозначения, где представленный семиотический ряд позволяет выявить этапы парадигмального, концептуального движения дизайна в системе культуры. На примере развития письменности показана эволюционная трансформация визуальных знаковых образов в буквенно-индексную систему письма и, в свою очередь, преобразование письма в визуально-знаковую систему с более широкой сферой значений и понятий. Выявлены тенденции приоритетного развития визуальных невербальных коммуникационных систем перед вербальными коммуникационными системами.

2. Проводится системный анализ типов и видов коммуникаций, который подробно рассматривается на примере визуальной коммуникации, представленной через коммуникативную деятельность с формирующими её визуальными компонентами, находящимися в коммуникативной сфере социально-культурных образований. Выстраивается общая система типов и видов коммуникаций, которая создаёт возможности системного построения теории визуальной коммуникации. Автор, применяя функциональный анализ знаков визуальной коммуникации, выявляет и обосновывает четыре

коммуникационные функции в культурной среде общества: экспрессивную, коммуникативную, творческую и мемориальную.

3. Дается обоснование применимости базовых принципов дизайн-деятельности к проектированию знаков и знаковых систем, как образов визуальной культуры. Автором предлагается принципиальная схема творческого процесса создания знаков и знаковых систем, которая дает качественно новое понимание принципов формообразования и происхождения поливариативности визуальных образов культуры. Методологической новизной исследования является применение аспектов семиотики в проектировании средств визуальной коммуникации, которые используются как композиционно-коммуникационные связи в процессе формирования визуальных знаков и знаковых систем. С позиций антропного принципа философии культуры выявляется синкретичность моделей коммуникационных процессов формообразования визуальных образов, которая существует как неотъемлемая часть проектирования средств визуальной коммуникации.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. В системе культуры наиболее массовыми и распространенными являются визуальные знаки и создаваемые ими образы. Именно они обеспечивают максимальное поступление информации в сознание человека, где оно оперирует визуально-знаковыми образами при помощи абстрактного и образного мышления. Это объясняет и тот факт, что различные манипуляции с сознанием людей совершаются на основе визуальных знаков, как наиболее распространенных и популярных. Если сравнивать все виды коммуникаций в современной культуре, то безусловное первенство получают визуальные коммуникации со всеми её наглядными эффективными техническими средствами.

2. Визуальные знаки всех типов и видов функционируют в системе культурных взаимосвязей современного общества, поэтому они обладают всеми родовыми, общими признаками социальной коммуникации, или коммуникативной сферы, которая, безусловно, является знаково-образной. Следовательно, можно утверждать о семиотической природе и характере визуальных знаков, а также образуемой при помощи их знаковых систем.

Визуальные коммуникации в этой двухсторонней социальной связи ускоряют понимание и дополняют расшифровку значений и понятий. Вот почему в современном обществе средства массовой информации – недостаточный фактор для общения, по сравнению со средствами массовой коммуникации.

3. Культура, как семиотическое образование, не поддается строгому научному, рационально-логическому познанию и нуждается в эмоционально-чувственных способах её постижения, что заставляет нас прибегнуть к визуализации вербальных значений с помощью образного мышления человека, его творческой интуиции и эвристических способностей, создавая средства визуальной коммуникации. Синкретический подход в применении аспектов семиотики для проектирования средств визуальной коммуникации даёт более эффективные результаты в создании визуальных художественных знаков-образов и знаковых систем, которые помогают рассматривать социодинамику культурного ряда знаков и знаковых систем в их движении от обычаев к обрядам и от обрядов к традициям.

4. Знак и знаковая система меняют своё содержание в зависимости от контекста социально-культурной среды и средств визуальной коммуникации, посредством которых создаются материальные образы культуры. Визуальная коммуникативная среда общества, сформированная традиционными композиционными средствами, спроектированная с учётом базовых принципов дизайна, ещё не гарантирует создание позитивной культурной среды, которая формирует гуманные ориентации, интересы и побуждения человека. Необходима аксиологическая оценка существующих и создаваемых, позитивных и негативных зрительных образов, которые способствуют формированию ценностей или антиценностей в социально-культурной сфере коммуникаций.

5. Эффективное использование методов создания невербальных знаков, синкретическое выстраивание коммуникационных связей между элементами в знаковой системе, полноценное проектирование логических систем коммуникационных процессов представляется проблематичным, если в них отсутствуют семиотические принципы формирования средств визуальной коммуникации. Художественно-образные средства коммуникации обладают

мощным и эмоционально сильным потенциалом при формировании соответствующей коммуникативной среды культуры, образования, производства, экономики, торговли, искусства, спорта и других сфер общественной деятельности. Безусловно, визуальные образы оказывают значительное влияние на формирование современной культуры.

Теоретическая и практическая значимость исследования.

Теоретическое значение исследования состоит в следующем:

а) исследование знаково-символических образов культуры, выявление типов и видов невербальных коммуникации, а также выстраивание семиотического ряда знаково-материальных образований с описанием их значений, могут служить предпосылками к созданию теории визуальной коммуникации;

б) рассмотрение знаков и знаковых систем через призму визуально-коммуникативной деятельности, как системы с прямыми и обратными связями, позволит представить информационное поле культуры в её полном компонентном составе;

в) выстраивание общей системы коммуникационных процессов и их результатов поможет определить взаимовлияние средств коммуникаций, в том числе типологические признаки визуальных средств коммуникации в системе культуры;

г) описание коммуникативных функций визуальных знаков и образов делает возможным существование и развитие различных областей науки, которые изучают культуру общества по визуально-знаковым носителям.

Практическое значение исследования можно выразить следующими положениями:

а) результаты исследования могут быть представлены как базовые критерии оценки значимости средств визуальной коммуникации на основе аксиологической трансформации принципов дизайна;

б) семиотический аспект в формировании средств визуальных коммуникаций может быть применён в практическом проектировании знаков и знаковых систем культурной, социальной, образовательной, коммуникативной, производственной и других сферах жизнедеятельности современного общества;

в) основные положения работы могут быть использованы в учебно-педагогической деятельности в системе работы по подготовке специалистов в области маркетинга, социальных коммуникаций, PR-технологий, и в первую очередь, работников культуры;

г) предлагаемые в исследовании принципы и механизмы творческих процессов формообразования знаков и знаковых систем в коммуникативной среде современной визуальной культуры могут стать материалом методических пособий для дизайнеров, архитекторов, культурологов, маркетологов, менеджеров и специалистов по рекламе и брендингу.

Степень достоверности результатов исследования, выносимых на защиту, подтверждается обширным объёмом научных трудов и публикаций по теме диссертационной работы, применением общенаучных методов исследования, разнообразием аналитических подходов и апробацией результатов исследования в научных изданиях, докладах и выступлениях на научных конференциях и симпозиумах. Результаты работы опираются также на педагогическую и профессиональную деятельность в области дизайна, архитектуры и искусства.

Апробация работы. Основные концептуальные положения работы нашли отражение в ряде докладов автора на межвузовских научных и научно-технических конференциях, на 41-ом Академическом симпозиуме Общероссийской академии человековедения «Система экологической сферы общества», на 42-ом Академическом симпозиуме Общероссийской академии человековедения «Система педагогической сферы общества». Основное содержание работы отражено в 14 статьях в научных журналах, материалах научно-практических конференций, сборниках научных трудов, из них 5 статей опубликованы в изданиях, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ.

Результаты исследования используются автором в педагогической деятельности и разработке учебных программ для специалистов творческих направлений в области графического, промышленного и средового дизайна, а также в собственной проектно-творческой деятельности. Разработанные автором объекты и средства визуальной коммуникации получили высокую

оценку на всероссийских и международных выставках и конкурсах в области графического, промышленного и средового дизайна, а также реализованы на практике в промышленных образцах и объектах интеллектуальной собственности.

Базовые положения работы обсуждались на кафедрах промышленного дизайна, педагогического дизайна, графического дизайна, и кафедре истории, философии, педагогики и психологии ННГАСУ.

Структура работы. Структура работы включает в себя введение, три главы: первая глава имеет три параграфа; вторая глава имеет два параграфа; третья глава имеет три параграфа; заключение, библиографический список. Объём диссертационной работы составляет 158 страниц, библиографический список – 240 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Введение содержит обоснование актуальности проблемы, состояние исследованности темы, определение предмета и объекта, целей и задач, методологию и методы работы, научную новизну и общие положения, выносимые на защиту, а также теоретическое и практическое значение исследования, степень достоверности результатов и их апробацию.

В первой главе **«Визуальные коммуникации в системе культуры»** решается задача определения места и специфики визуальных коммуникаций в культуре общества по отношению ко всем другим коммуникативным средствам.

В первом параграфе **«Знаково-символические образы культуры»** даётся общая характеристика культуры как исторического образования общества. При этом обосновывается аксиологическое определение культуры как совокупности ценностей, позитивно-значимых явлений общества. Совокупность негативно-значимых явлений и антиценностей образует противостоящую культуре антикультуру общества. В качестве критерия разграничения ценностей и антиценностей выступает объективная мера человеческого рода, поскольку человек – мера всех вещей. Кроме ценностной

природы культуры, раскрывается её надприродный, человеко-творный характер в отличие от естественных, природных явлений.

Культура как социально значимое, информативное образование для дальнейшего исторического существования и функционирования нуждается в знаках, как носителях информации. Эти знаки разнообразны по своей материальной форме: предметные, письменные, институциональные, процессуальные, и различны по особенностям сенсорного восприятия: зрительные, слуховые, тактильные, вкусовые, ароматические. В системе культуры знаки становятся константными, устойчивыми как «знаки-обычаи», «знаки-обряды» и «знаки-традиции». Это движение и переход от одной формы к другой исследуется в данном параграфе, что, в конечном счете, и позволяет трактовать культуру как совокупность ценностных традиций. Знаки вариативны и трансформируемы в постепенном приближении к обозначаемой натуре: «метка, знак, сигнал, символ, модель, копия». Этот семиотический ряд визуальной динамики выстраивается в соответствии с логикой движения от абстрактно-неопределенной «метки» до натурально-уподобленной «копии» объекта обозначения.

Во втором параграфе **«Визуальные образы культуры»** рассматриваются наиболее массовые и распространённые визуальные знаки. Именно они обеспечивают максимальное поступление информации в сознание человека, которое обладает не только абстрактными, но прежде всего образными механизмами мышления. Визуальные знаки могут существовать в разной информационно значимой форме – от метки и сигнала до копии и знака-аналога, что обеспечивается тиражированием, репродуцированием, многосерийным производством или имитацией. Это и определяет, в частности, существование такого вида интеллектуальной собственности как товарные знаки, наименования, а также промышленные образцы и художественные произведения.

В истории, прежде всего, искусство обогащает визуально-знаковую палитру средств культуры. Это и объясняет то обстоятельство, что чаще всего культуру отождествляют с искусством, с художественной культурой, забывая, что есть физическая культура, культура земледелия, культура

перевода, культура поведения, культура общения, культура речи, медицинская культура, экологическая культура и т.д.

Социально-коммуникативная значимость визуальных образов культуры объясняет тот факт, что дизайн, реклама, бренды, промграфика и т.п. 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 линейно-графической парадигмы 20-ых годов XX века, а потом трансформируется в предметный, архитектурный, средовой и системный.

В третьем параграфе **«Социально-культурное развитие визуальных знаковых средств»** на примере развития письменности показана эволюционная трансформация 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.

В условиях современной культуры знаки, символы, письменность являются средствами визуальной коммуникации. 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. Знаки могут включать в себя несколько значений или понятий, в отличие от букв, обозначающих звуки, или чисел, выражающих количество, что говорит о семиотической природе визуальных коммуникаций, в связи с этим существует необходимость в создании визуальной коммуникационной системы, которая дополнит существующие средства коммуникационных систем и образует новое «эсперанто» символического графического языка.

С точки зрения психологии зрительного восприятия, человек воспринимает 80% информации через органы зрения, поэтому визуальные средства коммуникации являются доминирующими. Следовательно, визуальных объектов, в виде памятников культуры, остаётся в памяти человека больше, чем других артефактов. Это можно проследить на примере так называемых древних «мёртвых» языков: латинского, ацтекского, языка майя, санскрита и других, которые возникали, менялись и исчезали с вымиранием того или иного народа. На современном этапе развития человечества языки малых народностей часто растворяются в более распространённых языках. Распространённые языки, так же проникают один в другой, сливаясь в один живой организм глобальной мировой культуры. Знаки и знаковые системы намного более живучие, чем звуки. Они, можно сказать, представляют некий универсальный язык. Если взять нотные знаки в музыке, математические и химические символы, то здесь не обязательно владеть, английским, французским, русским или какими-нибудь другими языками. Визуальный язык знаков и артефактов универсален, поэтому всё больше в нашей современной культуре используется знаков, пиктограмм, индексов, символов. Мы можем их видеть на улицах городов, в сооружениях метрополитенов, в интерьерах общественных зданий, на автомобильных и железнодорожных дорогах, соединяющих населённые пункты и страны, на экранах телекоммуникаций и компьютеров, на приборных панелях. Знаки более информативны, обладают лучшей читаемостью, занимают меньше места, чем тексты. Будущее информационно-культурной среды за знаками и знаковыми системами, но основной задачей современного общества остаётся позитивный посыл этих визуальных систем коммуникаций.

Вторая глава **«Семиотическая природа визуальных коммуникаций»** посвящена исследованию знаково-семиотической природы визуальных коммуникаций любого вида и любой формы, и образуемой при их помощи системе визуальной коммуникации для установления диалогового общения людей и социальных субъектов в условиях современной культуры.

В первом параграфе «Коммуникативные функции визуальных образов» определены базовые функции средств визуальной коммуникации

состоящей из знаков, сигналов, символов, образов и т.д. Поскольку понятие коммуникации является доминирующим в общении людей, взаимосвязях общностей и народов, поэтому все функции визуальных средств надо рассматривать сквозь призму главной коммуникативной функции. Конечно, визуальные знаки, прежде всего, выполняют экспрессивную функцию, то есть выражают, обозначают значения, в которых закодирован смысл. В связи с этим экспрессивная функция создаёт условия для коммуникативной функции. В то же время коммуникативная функция создает возможность для осуществления креативной функции, потому что она нуждается в информации, которая поступает по каналам коммуникации. В конечном счёте, даже креативная функция невербальных средств и визуальных знаков нуждается в хранении, консервации результатов переработки информации, то есть в мемориальной функции. Таким образом, можно говорить о взаимосвязанных коммуникативных функциях визуальной коммуникации: экспрессивной, коммуникативной, креативной и мемориальной.

Коммуникативная функция базируется на информативной основе знаков как носителей информации. Эта информация знаков, так же как и их значение, не должна быть «безадресной» и «невозвратной», поэтому экспрессивная система «отправитель – знак – адресат» превращается в коммуникативную систему «отправитель (адресат) – знак – адресат (отправитель)», т. е. в систему с прямыми и обратными связями. Значение отправляется в знаках адресату, который декодирует его и информирует об этом отправителя. Важно подчеркнуть, что герменевтика, как наука о понимании знаков, интерпретации значений и выявлении смыслов, учитывает, что адресат может ложно истолковать значение визуальных знаков, а значит, исказить их смысл. Вот почему коммуникативная деятельность, а вместе с ней и коммуникативная сфера усложняются, по сравнению с информационной деятельностью. В визуальной коммуникации осуществляется анализ двух субъектов – отправителя и адресата, двух значений знаков – «отправленного знака» и «полученного знака», двух кодов – у отправителя и у адресата, проблемы понимания, интерпретации диалога с консенсусом или конфронтацией двух субъектов коммуникации.

Во втором параграфе **«Взаимосвязь знаков и значений визуальных образов»** исследуется главная проблема семиотики, которая определяет содержание синтактики, семантики, прагматики – трёх основных аспектов семиотического учения.

Информация, кодируемая в буквенных знаках, приобретает новое значение и образует по Ю. М. Лотману такую знаковую систему как «текст» и «речь», потому что знаки являются «языком», строительным материалом для формирования значения. Коммуникация предполагает наличие одного и того же кода у отправителя и адресата, чтобы состоялись не только прием информации, но и адекватное понимание её. В тех ситуациях, когда коды разные и взаимопонимание может не состояться, возникает посредник-медиатор, который может осуществлять функции перевода, интерпретации, истолкования значения знаков. Но он же может вносить шумы в поток информации, искажать её, добавлять или убавлять, что может привести к разладу, кризису, катастрофе коммуникативной сферы. Военные или хакеры, маркетологи или «папарацци» хорошо знают эти ситуации. В движении к взаимопониманию, консенсусу или, в крайнем случае, к компромиссу приходится преодолевать множество препятствий. К тому же с последней четверти XX века в мире стали постоянно возникать «информационные войны». Коммуникативная сфера общества, усиленная сетью интернет, начинает испытывать деформации и кризисные состояния. Первым шагом или первым переходом от обезличенной «метки» к конкретно значимому «знаку» становится переход от «знака» к «сигналу». Определение сигнала как материального носителя информации давно закрепилось в литературе, где знак является носителем информации – как значения. Вероятно, ценность представляет трактовка сигнального значения знака академиком А. В. Петровским, который утверждал, что «знак становится сигналом ситуативно», т.е. в определенной договорной, конвенциональной, условной обстановке.

Значение может выражаться разными знаками, потому что форма знака безразлична к его значению в отличие от символа. Согласно учению А. Моля это отношение существует лишь в семантической, смысловой информации, а

эстетическая, образная, являющаяся содержанием художественных произведений, информация – моноканальна: образы искусства не переводимы с канала на канал; живопись нельзя передать словами, а музыку нельзя передать средствами языка живописи. Этот закон моноканальности эстетической информации глубоко проанализирован Т. В. Лебедевой. Если учитывать, что визуальные образы социальной коммуникации создают в основном художники - люди искусства, то этот закон моноканальности им приходится принимать к сведению каждый раз при проектировании визуальных образов.

В третьей главе **«Формирование коммуникативной среды визуальными образами»** поднимаются проблемы создания визуальной среды коммуникативной деятельности при помощи визуальных средств-знаков. Это предполагает анализ методов, принципов и механизмов творческих процессов формообразования коммуникативной среды визуальными знаками и образами.

Первый параграф **«Система принципов формообразования визуальных средств»** обращён к специальному рассмотрению системы принципов дизайна применительно к проектированию средств визуальной коммуникации. Исследование исторического развития дизайна, начиная с Баухауза и ВХУТЕМАСа, как двух мировых школ дизайна, показывает, что первые дизайнеры очень серьезно относились к проблеме методологической культуры дизайн-деятельности. Определенные шаги в данном направлении принадлежат В. Гропиусу – первому директору Баухауза. В работе «Границы архитектуры» он выделяет пять основных принципов дизайн-проектирования: польза, надежность, удобство, выгода, красота, которые были предложены как альтернатива принципам архитектуры Витрувия: польза, прочность, красота.

Принципы дизайн-проектирования, обоснованные В. Гропиусом, применяются и в деятельности дизайнеров нижегородской школы дизайна с последующей корректировкой терминологии, а именно: социологический принцип (польза, назначение); технический принцип (надежность, функциональность); эргономический принцип (удобство,

антропометричность); экономический принцип (выгода, рентабельность); эстетический принцип (красота, эстетичность). Затем к этим принципам, вполне закономерно, добавился экологический принцип, призывающий к учету природных факторов, созданию природоохранных и экологически чистых изделий.

В основе формирования теории дизайна была принята концепция эстетической природы дизайна, что приводит к необходимости исследования сущности прекрасного, как интегративной характеристики дизайн-продукта. В связи с этим использована формула сущности прекрасного К. Маркса в «Экономическо-философских рукописях 1844 года», где он писал: «...человек способен творить по законам красоты, т.е. по мере человека и по мере предмета любого вида». Анализ меры предмета приводит к выделению экологического принципа (естественные предметы) и технического принципа (искусственные предметы). Анализ меры человека подводит к выявлению эргономического принципа (биопсихические качества человека), социологического принципа (духовно-нравственные потребности человека) и экономического принципа (материальные потребности человека). Эстетический принцип является интегративным, композиционно-объединяющим требования всех предыдущих принципов, который играет важнейшую роль в формировании средств визуальной коммуникации современной культуры.

Во втором параграфе **«Синкретическая взаимосвязь аспектов семиотики и формообразования визуальных средств»** предложена концепция систематизации коммуникационных процессов творческой деятельности, которая даёт представление о месте и значении визуальных коммуникаций в общей системе коммуникаций. Дается определение визуальных коммуникаций, как системы композиционных элементов, объединённых коммуникационными связями. Представлена принципиальная схема творческого процесса по созданию визуальных образов, руководствуясь трёхчастной теорией композиции, включающей такие основные понятия, как: абстракция, форма, ассоциация. Выявлены синкретические взаимосвязи аспектов семиотики и формообразования средств визуальных коммуникаций,

которые создают предпосылки для формирования эффективных методов проектирования систем визуальных коммуникаций.

Индустриальная, и особенно постиндустриальная эпоха, создают всё более изощренные и технически оснащённые 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 приема информации в виде внешних органов чувств человека. В каких бы материальных знаках ни выражалась информация, она всё равно действует на органы зрения, слуха, обоняния, осязания и вкуса человека. При этом зрительные, визуальные восприятия дают наибольший объём информации. Совокупность всех средств визуальной информации создаёт в общественной жизни «систему визуальных коммуникаций», 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.

Из выше сказанного следует, что аспекты семиотики играют значимую роль в процессах проектирования средств визуальных коммуникаций. Изучение семиотики как науки необходимо для подготовки дизайнеров и архитекторов. Синкретический подход в применении аспектов семиотики для проектной деятельности дизайнеров и архитекторов даёт более эффективные результаты в создании художественных образов знаков и знаковых систем.

В третьем параграфе **«Позитивная визуализация среды в условиях посткультуры»** пересматриваются традиционные композиционные средства проектирования визуальных образов линейными, цветовыми и объёмными средствами графики, живописи и скульптуры с учётом базовых принципов дизайна. Специфика заключается лишь в том, чтобы при помощи всех этих средств, приёмов и принципов создавать позитивно ценные визуальные образы, формирующие гуманные ориентации, интересы и побуждения

человека. Это особенно важно в условиях современного общества, когда при помощи рекламы, моды и брендинга осуществляется формирование негативных качеств у человека и происходит зомбирование и манипуляция сознанием людей.

В данной главе работы автор показывает, что позитивная визуализация коммуникативной среды общения людей во всех её видах не только необходима, но и возможна.

В **Заключении** сделаны общие выводы по результатам исследования, подчёркнута теоретическая и практическая значимость результатов, определены перспективы дальнейших исследований в области формирования знаков и знаковых систем в контексте семиотики культуры и проектирования средств визуальной коммуникации.

Исследование визуальных образов культуры в коммуникативной сфере позволяет выстроить упорядоченный ряд визуальных образов по степени абстрагирования: «метка, знак, сигнал, символ, модель, копия», определить тенденции приоритетного развития визуальных невербальных коммуникационных систем перед вербальными коммуникационными системами, в процессе изучения развития знаков и знаковых систем в различных культурах. Анализ проблем визуально-культурной среды общества помогает выявить основные виды социальной коммуникации через четыре коммуникативные функции: экспрессивную, информационную, креативную, мемориальную.

В диссертации рассмотрены основные аспекты семиотики и раскрыта семиотическая природа визуальных образов. Семиотика как наука о знаках и значениях не только является материальной оболочкой мысли в трактовке языков и письменностей, но и говорит о существовании «вторичных моделирующих систем» в виде знаков, индексов, символов, эмблем, пиктограмм и других знаковых структур. Следовательно, визуальные знаки и образованные из знаков коммуникационные системы имеют семиотический характер.

Предложенная автором концепция систематизации коммуникационных

процессов творческой деятельности даёт представление о месте и значении визуальных коммуникаций в общей системе коммуникаций. Автор выводит определение визуальных коммуникаций как системы композиционных элементов, объединённых коммуникационными связями. Выявленные синкретические взаимосвязи аспектов семиотики и формообразования знаков и знаковых систем играют ключевую роль в создании эффективных методов проектирования средств визуальной коммуникации.

В работе осуществляется преодоление однозначной позитивной трактовки средств и образов визуальной коммуникации, что характерно для теории рекламы, моды, брендинга и других работ в области социальных коммуникаций. Автором с позиций антропного принципа философии культуры осуществляется сравнительный анализ позитивного и негативного значения знаков и знаковых систем, который позволяет рассматривать визуальную культуру в контексте неоднозначной коммуникативной среды общества с её поляризацией на культуру и антикультуру, на ценности и антиценности.

На основании проведённого исследования можно сформулировать ряд рекомендаций, которые будут необходимы для дальнейшего изучения методов, принципов и механизмов формообразования средств визуальной коммуникации, это:

– изучение визуальных артефактов культуры и их коммуникативного взаимовлияния в контексте философии культуры потребует углублённой типологизации и систематизации визуальных знаков и образов;

– применение аспектов семиотики в формировании средств визуальной коммуникации необходимо в качестве эффективного метода по созданию визуальных знаков и знаковых систем современной культуры;

– при создании визуальных знаков и знаковых систем важно соблюдать формирующие гуманные ориентации, интересы и побуждения человека, с позиций философии культуры – формировать позитивную визуально-коммуникативную среду.

Основное содержание диссертации отражено в следующих публикациях автора:

Статьи, опубликованные в реферируемых журналах, рекомендованных ВАК Министерства образования и науки РФ:

1. Прохожев О. А. Визуальные образы культуры / О. А. Прохожев // Приволжский научный журнал. – 2013. – № 2 (26). – С. 178 – 182. – 0,35 п.л.

2. Прохожев О. А. Коммуникативные функции визуальных образов / О. А. Прохожев // Приволжский научный журнал. – 2013. – № 3 (27). – С. 161 – 165. – 0,25 п.л.

3. Прохожев О. А. Семиотика и средства визуальных коммуникаций / О. А. Прохожев // Приволжский научный журнал. – 2013. – № 4 (28). – С. 243 – 247. – 0,4 п.л.

4. Прохожев О. А. Философские проблемы развития визуальных знаковых систем: От знаков к письму и от письма к знаковым системам / О. А. Прохожев // Приволжский научный журнал. – 2014. – № 1 (29). – С. 273 – 277. – 0,45 п.л.

5. Прохожев О. А. Абстрактное мышление как основа творческого процесса в архитектурном проектировании / О. А. Прохожев, Н. О. Прохожев // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 3 (57). – Ч. 2. – С. 152 - 155. – 0,3 п.л. (авт. текст – 0,15 п.л.)

Работы по теме диссертации, опубликованные в других изданиях:

6. Прохожев О. А. Синтез средств в достижении образа среды / А. В. Казарин, Г. И. Панксёнов, О. А. Прохожев, В. Ф. Шебелов // Сборник тезисов докладов научно-технической конференции «Архитектура, архитектурное проектирование, городское строительство, инженерная графика». – Н. Новгород: ННГАСУ, 1994. – Ч. 2. – С. 54 – 55. – 0,1 п.л. (авт. текст – 0,03 п.л.)

7. Прохожев О. А. Методика эффективного решения задач в проектировании визуальных коммуникаций / О. А. Прохожев // Нижегородская школа дизайна. Межвузовский сборник научных трудов. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2011. – Вып. 2. – С. 56 – 61. – 0,4 п.л.

8. Прохожев О. А. Визуальные коммуникации в экологической

сфере / О. А. Прохожев // Система экологической сферы общества. Материалы 41 Академического симпозиума. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2013. – С. 163 – 166. – 0,2 п.л.

9. Прохожев О. А. Принципы формообразования визуальных коммуникаций / О. А. Прохожев // Сборник трудов аспирантов, магистрантов и соискателей. Том.3. Социально-гуманитарные науки. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2013. – С. 26 – 31. – 0,3 п.л.

10. Прохожев О. А. Визуальное поле и композиционный кластер. Решение композиционных задач в проектировании визуальных коммуникаций / О. А. Прохожев // Сборник трудов аспирантов, магистрантов и соискателей. Том.2. Архитектура. Социально-гуманитарные науки. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. – С. 101 – 104. – 0,2 п.л.

11. Прохожев О. А. Статика, динамика и степень динамичности. Решение композиционных задач в проектировании визуальных коммуникаций / О. А. Прохожев // Сборник трудов аспирантов, магистрантов и соискателей. Т. 2. Архитектура. Социально-гуманитарные науки. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. – С. 108 – 113. – 0,4 п.л.

12. Прохожев О. А. Педагогические проблемы социальной коммуникации / О. А. Прохожев // Система педагогической сферы общества. Материалы 42 Академического симпозиума. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. – С. 50 – 53. – 0,2 п.л.

13. Прохожев О. А. Куда исчезли три «Э» в подготовке архитекторов? / О. А. Прохожев // Система педагогической сферы общества. Материалы 42 Академического симпозиума. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2014. – С. 61 – 64. – 0,2 п.л.

14. Прохожев О. А. Композиционная основа эвристического метода проектирования технико-процессуальных систем / О. А. Прохожев, Н. О. Прохожев // Дизайн вчера, сегодня, завтра: Сборник статей по материалам регионального форума студентов и магистрантов. – Н.Новгород: Мининский университет, 2018. – С. 53 – 57. – 0,2 п.л. (авт. текст – 0,1 п.л.)

Прохожев Олег Алексеевич

**СЕМИОТИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ
СРЕДСТВ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Специальность 09.00.13 – Философская антропология, философия культуры

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание учёной степени
кандидата философских наук

Подписано в печать 24.04.18. Формат 60x84/16
Усл. печ. л. 1,5. Тираж 150 экз. Заказ № 1013.

Отпечатано «**Издательский салон**» ИП Гладкова О.В.
603022, Нижний Новгород, Окский съезд, 2, оф. 501
тел./факс: (831) 439-45-11; тел.: (831) 416-01-02

