

Квитка О. Л.

аспирант кафедри «Дизайн» ХГАДИ,
старший преподаватель кафедры
«Графический дизайн»

Харьковская государственная академия
дизайна и искусства

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В АНАЛИЗЕ ЯВЛЕНИЙ СОВРЕМЕННОГО ВИЗУАЛЬНОГО ЯЗЫКА

Аннотация. В статье рассматривается целесообразность применения методов, понятий и терминов некоторых направлений лингвистических исследований применительно к анализу явлений современного визуального языка. Выявляется единство и особенности основных закономерностей функционирования и развития вербальной и визуальной форм коммуникации.

Ключевые слова: графический дизайн, лингвистика, коммуникация, визуальный язык, визуальная грамотность.

Анотація. Квітка О.Л. Лінгвістичні методи в підходах до аналізу явищ сучасної візуальної мови. У статті розглядається доцільність застосування методів, понять і термінів деяких напрямків лінгвістичних досліджень стосовно до аналізу явищ сучасної візуальної мови. Виявляється єдність і особливості основних закономірностей функціонування і розвитку вербальної та візуальної форм комунікації.

Ключові слова: графічний дизайн, лінгвістика, комунікація, візуальна мова, візуальна грамотність.

Annotation. Kvitka O.L. Linguistic methods in the analysis of the phenomena of modern visual language. The Author considers the appropriateness of methods, concepts and terms of certain areas of linguistic research applied to the analysis of the phenomena of contemporary visual language. Reveals unity, and especially the fundamental laws of functioning and development of verbal and visual forms of communication.

Keywords: graphic design, linguistics, communication, visual language, visual literacy.

Постановка проблемы. «Визуальный язык», «визуальный текст», «визуальное высказывание», «визуальная коммуникация», — это основное содержание главной профессиональной задачи графического дизайнера. В наш информационный век эти же понятия активно исследуются в философии, психологии, лингвистике, семиотике, истории, культурологии, искусствоведении, кибернетике, информатике, теории маркетинга а также в других науках и областях знания. Это не означает, что язык визуальной коммуникации это какое-то новое явление. Визуальный язык — древнейшая форма коммуникации и мышления, обнаруживающая себя на самых ранних стадиях антропогенеза. На всех этапах своего развития человек использовал визуальные средства, не только, как средство коммуникации, но и как формы познания мира, как формы объективизации, конкретизации и структурирования смутных очертаний предмета в мышлении. Визуальный язык, как системное и структурное явление, всегда оставался не только средством выражения мысли, но и визуальным инструментом мышления [1, с. 606].

Исторически сложилось так, что визуальная культура — это область научных интересов теории и истории искусства, и лишь в самые последние десятилетия этими вопросами занимается история и теория дизайна.

На данный момент особенно актуальным становится, прежде всего, коммуникативный аспект визуального языка. Практически вопросами визуальной коммуникации занимается графический дизайн, но собственно теория визуально-графического языка изобразительных форм сегодня находится в стадии становления. В связи с этим важно отметить то, что самой изученной системой языка на данный момент системой языка является система устной и письменной человеческой речи. В лингвистике (языкознании) — развитой науке о естественном человеческом языке, за долгую историю ее развития фундаментально разработан аппарат понятийных категорий и терминов с четкой структурой научных направлений, разработаны методы изучения и анализа языковой структуры и механизмы функционирования языка, разработаны подходы к разрешению различных языковых ситуаций, их классификация [5, с. 618]. Поэтому естественно и правомерно использование этого огромного теоретического богатства в теории визуальной коммуникации.

Связь работы с важными научными или практическими задачами. Статья написана в соответствии с актуальными проблемами, рассматриваемыми на кафедре графического дизайна Харьковской государственной академии дизайна и искусств.

Анализ последних исследований и публикаций. Лингвистический энциклопедический словарь содержит большое количество теоретической и методологической информации, которая полезна для понимания процессов формирования и развития визуального языка, для изучения его элементарных

Надійшла до редакції 30.06.2011

единиц, частей, структуры и механизмов функционирования. В словаре мы можем найти огромное количество терминов, понятий, категорий и направлений языкознания, которые с успехом могут быть экстраполированы на теорию визуального языка. Большой интерес представляют основательные статьи «Лингвистическая философия», «Социоллингвистика», «Структурная лингвистика», «Язык», «Язык и мышление», «Язык и общество» и многие другие.

О том, что лингвистический анализ «без всяких практических намерений вторгающийся в природу языка», рассматривает и мельчайшие субстанции материи языка, и выходит на уровень философских обобщений в анализе системных и структурных закономерностей, лежащих в его основе, писал в начале XIX в. Вильгельм фон Гумбольдт в своей «Философской антропологии». Он утверждал, что именно лингвистический анализ позволяет ответить на важнейший вопрос языка: «Каким образом он ... становится органом постижения мира, возникновения и формирования идей, импульсом для развития духовной деятельности человечества?» [7, с. 369].

Вопросы теории проектирования визуальных текстов пересекаются с вопросами теории *лингвопроектирования* (заложенной еще Р. Декартом в 1629 г. и развитой Г. В. Лейбницем), которые исходили из критики естественных языков, как недостаточно совершенных орудий мышления [1, с. 196]. Сегодня мы, благодаря стремительно развивающимся средствам коммуникации, образующим единое планетарное информационное пространство, становимся свидетелями относительно управляемого процесса возникновения и развития визуальных «международных языков общения». В связи с этим немаловажный интерес представляют материалы интерлингвистики, которая изучает аспекты проектирования и функционирования «международных плановых языков», нормы в вопросах международной стандартизации языковой номенклатуры и другие насущные проблемы языка международного общения [1, с. 197].

На территории постсоветского пространства до сих пор наиболее глубоким и авторитетным теоретическим трудом, где поднимаются самые общие вопросы специфики языка графического дизайна, остается исследование Е. В. Черневич «Язык графического дизайна», написанное еще в 1968 году. Уже из названия ее работы, очевидно, что в изучении и понимании визуального языка она видит основную профессиональную проблему. «Графический дизайн превращает невизуальные смыслы в визуальные знаки, которые должны быть однозначно интерпретируемы. Профессионалом ... является тот, кто в каждом конкретном случае ключрешению задачи визуальными средствами, т.е. трансформировать исходный смысл (...) в визуальный текст [2, с. 28]». Она одна из первых применила метод семиотико-коммуникативного анализа, рассматривая универсальные и системные характеристики визуального языка, относящиеся ко всей области объектов графического дизайна. Это было

время расцвета интереса к семиотике. В это время образовалось две школы семиотики — французская во главе с Клодом Леви-Стросом и так называемая тартуско-московская во главе с Ю. М. Лотманом. Несмотря на то, что по своему генетическому происхождению, и основным терминологическим корням семиотика находится в структурной лингвистике, в конце XX в. стала претендовать на статус супердисциплины, междисциплинарный аспект которой (философия, психология, кибернетика, математическая логика, структурная поэтика, культурология, виртуалистика и др.) роднит ее с феноменом графического дизайна. Е. В. Черневич в терминах семиотики и некоторых терминах общей лингвистики попыталась рассмотреть способы визуализации смысла, анализируя существующие на тот момент конкретные проектные методики. Логичны и обоснованны ее утверждения, «что профессиональное достоинство дизайнера определяется тем, насколько он соблюдает и, с другой стороны, развивает правила языкового поведения». Ее выводы, о том, что «для успешного проектирования и изучения сложных знаковых структур уже не достаточно интуиции художника, здравого смысла и категорий «классического» искусствоведения» [2, с. 29], приобретают еще большую актуальность, так как за прошедшие почти полвека в практике графического дизайна произошли революционные изменения, как на уровне смены парадигм, так и на уровне технологий. Акценты системы визуальной коммуникации сместились с отношений «человек — человек» в сторону системы «человек — машина» [2, с. 9].

Множество публикаций посвящены вопросам визуального языка, но большинство из них касается лишь очень узких и частных проблем.

Много публикаций рассматривают «семиотический» подход к рекламе и к графическому дизайну, как основному визуальному средству рекламы. В статье лингвиста и семиотика Абрама Соломоника «Семиотика общая и семиотики частные» с убедительной научной честностью критикуются необоснованные притязания некоторых семиотиков на роль в рекламе и других специальных областях и делаются выводы о фрустрации семиотических методов на сегодняшний день. Суть семиотического подхода на сегодняшний день ограничивается рассмотрением знака в дихотомии «означающее — означаемое», а любой знаковой системы в расчленении структурного ее понимания на три аспекта — синтаксис, семантику и прагматику.

В ряду этих публикаций широтой и глубиной взгляда на проблемы визуального языка выделяются работы композитора и философа В. Мартынова. Анализируя развитие человеческой культуры от пещерных рисунков кроманьонцев до наших дней, он приходит к любопытному выводу о том, что авангардное искусство начала XX века — это естественное завершение цикла вербальной цивилизации, это естественный возврат к древнейшим формам визуального мышления и визуальной коммуникации на новом культурном и технологическом

уровне. Он проводит параллель между онтогенезом состояния сознания первых лет человеческой жизни (доречевое состояние сознания и последующее, присущее всем детям его развитие в рассматривании и создании изображений) и филогенезом, делая смелое предположение о том, что визуальная коммуникация и визуальное мышление и первичны по отношению к вербальному языку. Более того, Мартынов делает подкрепленный множеством примеров вывод о том, что вся современная культура постмодернизма это результат исчерпанности вербальных возможностей развития человеческой цивилизации, что мы становимся свидетелями становления новой цивилизации, новой коммуникации, нового мышления — визуального.

Представления Мартынова родственны выводам и прогнозам существовавшей еще в 70-е годы XX века «группы Синла» (синергетической лаборатории) при АН СССР, а в 90-е, уже НТО «СИНЛА». Предметом исследований «Синлы» были процессы антропосоциотрансформации и этапы развития «пятой» информационно-коммуникативной революции (первая из этих революций — вербальное мышление, изобретение фонетического языка, вторая — вербальная коммуникация, письменность и различение знака, образа и смысла, третья — научное мышление «демократии городов», четвертая — книгопечатание и СМК «галактики Гутенберга»). Современные средства массовой информации и компьютеризация навязывают переход в новую коммуникативную среду — аудиовидеореальность, отменяя в значительной степени результаты первых двух революций, обеспечивая становление «визуального мышления», в котором упор не на слова, а на образы и «состояния сознания», со всеми угрозами манипулирования и «глобальной иллюзии реальностей компьютерного рая» [12, с. 62-71]. Из всех перечисленных выше, современная коммуникативная среда наименее естественна и наиболее проектируема в глобально-планетарном масштабе.

Поскольку теория визуально-графического языка изобразительных форм сегодня, как уже говорилось выше, находится в стадии становления, целесообразно обратиться к мнению практиков. В этом смысле огромный интерес представляет книга Шарлотты и Питера Фил «Графический дизайн 21-го века». В ней представлены лучшие за последнее десятилетие работы ведущих дизайнеров планеты вместе с небольшими, но очень содержательными аннотациями самых авторитетных на сегодняшний день профессионалов по поводу понимания своего места и своей роли в профессии и в общих процессах человеческой цивилизации в будущем. Дизайнеры в своих высказываниях редко употребляют термины лингвистики, но большинство из них сходится на том, что суть их профессиональной деятельности — визуальный язык.

Большинство современных дизайнеров уверены, что главное в графическом дизайне — это качества визуального высказывания, которые обеспечивают

коммуникативный эффект; во-первых, это соответствие поставленной проблеме; во-вторых, необходимость творческого подхода; в-третьих, упорядочивание и структуризация информации. «Мы все сегодня нуждаемся в языке, который будет понятен каждому. В Европе, Азии, даже на Луне графический дизайн пишет словарь между языком искусства и языком повседневности. В этом словаре картинки, тексты, фильмы не являются объектами, а отражают процесс», — так понимает свою работу Гила Калан (Израиль, Тель-Авив) [1, с. 310].

Будущее профессии многим видится в миссии универсального коммуникатора. «Мы заняты поиском самых подходящих путей коммуникации идей», — заявляют о себе дизайнеры из группы «Optimo» (Швейцария, Женева) [1, с. 442].

Цель статьи — расширить возможности применения методов, понятий и терминов лингвистики к анализу современного визуального языка.

Результаты исследования. Поиск и создание наибольшего коммуникативного эффекта, в котором жизненно заинтересован клиент, заставляет дизайнеров развивать существующие системы языка, менять восприятие, генерировать новые формы визуального общения, взаимопонимания и доверия между людьми, создавать иконы новой глобальной идеологии современной жизни, [1, с. 62]. Другими словами, профессионалам графического дизайна необходимо осознание своей причастности масштабному процессу, который в лингвистике обозначается термином — *языковая политика*. Это форма проектной деятельности, определение которой правомерно может быть применительно и к визуальному языку.

Языковая политика связана с воздействием общества на язык, это совокупность идеологических принципов и практических мероприятий по решению языковых проблем в социуме, государстве, а на сегодняшний день и во всем мире. На уровне идеологии здесь можно говорить не только о ценностно означающей роли визуально представленной информации, но и о ценностно означающей роли самой визуальной формы. Можно с уверенностью сказать, что не существует идеологии, не обладающей знаковыми визуальными символами. На уровне практических мероприятий в явных или более скрытых формах языковая политика существовала всегда и проявлялась в первую очередь в навязывании языка завоевателей покоренным ими народам. Именно своеобразный язык (в том числе и визуальный) делает до конца определенным понятие административно-политических образований, от племенных до государственных и имперских. В этом смысле любопытно отметить, что на данный момент существуют страны с двумя и более государственными языками речи, но, необходимыми атрибутами любого государства являются именно визуальные символы: только один флаг и только один герб.

Несмотря на то, что, как политическая мера для разрешения конфликтных ситуаций, визуальный язык привлекался и будет привлекаться в первую

очередь с позиции превосходства и давления, он, как более универсальная и более доступная, более гибкая и изменчивая форма коммуникации, традиционно связанная с эстетическими и естественно-чувственными формами восприятия, обладает относительно большей свободой и творческой «неподкупностью». В истории неоднократно известны случаи, когда народ-победитель, высокомерно пренебрегая вербальным языком общения покоренных народов, поддавался очарованию самобытных, а иногда и более развитых визуальных форм в культурных явлениях на завоеванной территории. Иностранцами языками как правило без особой на то необходимости мало кто интересуется, а вот быт, обычаи, верования, музыка и, конечно, визуальная культура даже на самом обыденном уровне являются объектом пристрастного любопытства, причем, чем более экзотичны формы того или иного явления, тем больше вероятность его резонанса в другой культуре.

Процессы глобализации во всем мире порождают новые универсальные интернациональные визуальные языки, и реакцией на эти процессы выступает повышение интереса к самобытным визуальным формам из национальной культуры далекого и недалекого прошлого отечественной истории, или к явлениям других самобытных культур.

В современном информационном мире повсеместно распространенный интернет в силах преодолеть языковые ограничения общения именно благодаря визуально-графической знаковости интерфейсов программ пользования. Мы приблизились к тому моменту, когда в цивилизованном мире человек получает через интернет значительную часть необходимой для жизни информации и доля ее пока имеет тенденцию к постоянному увеличению. И если на заре своего развития интернет представлял собой практически чисто вербальную текстовую среду, то в связи с мощным развитием программного обеспечения изображения в этой среде играют все большую и большую роль. В этом смысле сейчас возможно правомерно говорить о складывающейся интернациональной визуальной лексике.

Всего лишь десять-пятнадцать лет назад под грамотностью человека подразумевалась в первую очередь его способность читать и писать слова на родном языке, сейчас этого явно не достаточно. Для того чтобы чувствовать себя «информационно свободным», сегодня необходимы навыки в пользовании цифровыми средствами коммуникации и элементарным программным обеспечением, дополнительную свободу дает знание английского языка. В силу политических, экономических, научных, технологических и навигационных преимуществ английский язык занимает активно доминирующую позицию в международном общении, именно в его корнях сегодня рождается большинство новых научных терминов и неологизмов, связанных с развитием компьютерных технологий и новых средств коммуникации. Эти слова сначала в качестве профессиональных терминов области компьютерных

технологий, а потом и на бытовом уровне коммуникации чаще всего транслитерационном виде входят в лексику других языков, в качестве слов иностранного происхождения.

Но статусная демократичность среды интернета, коммуникационных устройств, большинства пользовательских компьютерных программ, компьютерных игр и исключительно популярных сегодня социальных сетей все больше и больше старается использовать в своем навигационном интерфейсе визуальные символы и картинки, а не вербальные текстовые сообщения. Мы имеем множество примеров, когда пользователь, быстро овладевает языком интерфейсов, в виде визуальных символов, почти не прибегая к вербальным символам.

В предоставлении практически любой информации все чаще и все большую роль играет визуализация. В рекламе, в инструкциях пользования, в сопроводительной информации на упаковке товаров, везде, где только возможно, все большую информационную долю занимают визуальные символы, складывающиеся в универсальный международный язык. И если традиционно под грамотностью подразумевалась не только возможность к письменной коммуникации, но и в широком смысле возможность свободного доступа к необходимой информации, сегодня грамотному человеку совершенно необходимо овладеть, так называемой компьютерной грамотностью, которая подразумевает знание и понимание некоторых правил визуального представления информации. Какая-то часть этих правил обусловлена органической природой визуального восприятия действительности человеческим сознанием. Значительная часть этих правил исторически сложилась в культуре языка визуальной коммуникации. Но существенная часть правил этого визуального языка именно сегодня организуется, предлагается, навязывается. В лингвистике, подобные правила изучаются и регулируются грамматикой. Очевидно, что в настоящее время созрела проблема осознания грамматического строя, организации функционирования и развития визуального языка, который на наших глазах создается усилиями более или менее профессиональных дизайнеров, а так же и предпочтениями и творчеством пользователей.

В Украине на обучение родному языку выделяется в школьных программах огромное количество времени и немалые бюджетные средства, однако даже при блестящем знании лингвистики родного языка визуальная неграмотность в первую очередь в области цифровых технологий делает человека аутсайдером практически в любой профессии. Любой язык, в том числе и визуальный — это реагент и одновременно катализатор общественных процессов. Сегодня доступ к информации и успех ее передачи лежит через овладение навыками создания чтения визуальных текстов. До недавнего времени это была профессиональная задача дизайнеров-графиков, но сегодня, благодаря демократичности новых цифровых технологий, в разных сферах своей деятельности

(профессиональной, общественной, бытовой и даже интимной) люди, далекие от какой бы то ни было визуальной культуры все активнее и активнее используют и создают визуальные языки. Больше всего в это стихийное движение вовлечены дети, подростки и молодежь, которые, не зная правил игры, создают свои «неписанные правила», и специалистам в области коммуникации приходится под них подстраиваться. «Визуальный Армагеддон», «Визуальный хаос», — такими определениями награждают состояние визуальной культуры профессионалы. Но чего можно ждать от визуально неграмотного населения. Стихийное разнообразие форм, принципов и интенций в современной визуальной коммуникации ставит вопрос о формировании визуальной лексики, ее нормативах в том или ином сообществе и методах регулирования визуальных текстов [2, с. 29].

Обучение визуальному языку представления информации в современных школах практически не происходит. В начальной школе на уроках «Основы безопасности жизни» обязательным является ознакомление с визуальными правилами регулирования дорожного движения. Но визуальная навигация в современном цивилизованном обществе имеет множество других уровней и объективную тенденцию к постоянному усложнению, и от умения ориентироваться в ней очень сильно зависит если не жизнь и здоровье, как на дороге, то профессиональный, общественный и личный статус будущих граждан. Дисциплина «Художняя культура» лишь слегка и в весьма устаревшей форме касается истории искусства и некоторых чисто искусствоведческих проблем, вопросам же визуальной коммуникации практически внимания не уделяется.

Выводы. Следуя духу времени, можно утверждать, что стихийно и программируемо складывающийся визуальный язык, сегодня становится самым востребованным языком создания, передачи информации на расстояние и закрепления ее во времени [1, с. 605]. Огромное богатство накопленных методов исследования, установленные традиции междисциплинарных связей, подробнейшим образом разработанный терминологический аппарат, выдвигает лингвистические методы, как наиболее необходимые для научно обоснованного описания и изучения явлений и законов функционирования визуальных языков. Рассматривая опыты разных школ языкознания, выработавших свое понимание природы языка и общую методологию его исследования, следует признать целесообразным применение многих их теоретических разработок. И структурно-семиотический анализ; и подход к языку с точки зрения его эволюции и функционирования, как живой и функционирующей общественной системы; и проблематика стилей; и экспрессивно-эстетическая оценка функции языка; и подходы к изучению и оценке роли отдельных личностей, так или иначе повлиявших на современное состояние языка, — все эти методы лингвистики, могут с успехом применяться для изучения визуального языка и для эффективного

обучения навыкам его пользования. Для теории и практики графического дизайна, призванного сегодня оптимизировать и регулировать процессы визуальной коммуникации, все эти подходы представляют собой жизненно важный интерес и с точки зрения эффективности проектных разработок и с точки зрения методов обучения профессии.

Назревшая необходимость улучшения подходов к обучению визуальной грамотности, а так же необходимость мер по урегулированию процессов создания, развития и совершенствования форм визуальной коммуникации во всех общественных явлениях так или иначе приводит частные проблемы теории графического дизайна в область научного языкознания, т. е. в область лингвистики.

Литература:

1. Под редакцией В. Н. Ярцева. Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1990. — 682с.
2. Черневич Е. Язык графического дизайна / Всесоюз. науч. исслед. ин-т техн. эстетики. — М., 1975. — 137 с.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. — М.: Искусство, 1970. — 384 с.
4. Мартынов В. Время Алисы. — М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2010. — 256 с.
5. Мартынов В. Пестрые прутья Иакова: Частный взгляд на картину всеобщего праздника жизни. - М: МГИУ, 2008. - (Серия «Современная русская философия», № 2). - 140 с.
6. Fiell C. & Fiell P. Graphic Design for the 21st Century. — Taschen, 2003. — 638с.
7. Гумбольдт Вильгельм фон. Язык и философия культуры. — М.: Прогресс, 1985. — 449 с.
8. Неклесса А. И. «1984» плюс пятилетка // Человек — М.: Наука, 1990. — № 3. — С. 62-71.
9. http://www.intelros.org/books/opera_selecta/opera_selecta_70.htm
10. <http://demografia.viperson.ru/wind.php?ID=9220>