

# СОЦИОЛОГИЯ И ЭКОНОМИКА КУЛЬТУРЫ

DOI: 10.25990/socinstras.pss-19.k3c3-4h79

EDN: FAOHNY

УДК: 316.772



*Д. А. Потапов*

## ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ОПТИКЕ СЕМИОТИКИ И ПОНИМАЮЩЕЙ СОЦИОЛОГИИ

В статье анализируются особенности графического дизайна как особой формы, наделенной собственной абстрактной интерпретацией и внутренним смыслом. С этой точки зрения структурализм и понимающая социология позволяют исследователю понять, не только в чем заключается специфика семиотики или коммуникационного акта между автором графического символа и носителем этого символа, но и дает возможность исследователю понять, как символ способен влиять на те или иные действия носителей этих символов. В данной статье рассматриваются подходы, с помощью которых можно изучать графический дизайн, и как можно его интерпретировать, опираясь на структурные элементы графического символа, путем наложения структурализма и понимающей социологии.

*Ключевые слова:* графический дизайн, графический символ, знак, структурализм, понимающая социология, интерпретация.

*DMITRY A. POTAPOV*

## GRAPHIC DESIGN IN THE OPTICS OF SEMIOTICS AND UNDERSTANDING SOCIOLOGY

The article analyzes the features of graphic design as a special form endowed with its own abstract interpretation and inner meaning. From this point of view, structuralism and understanding sociology allows the researcher to understand not only what is the specificity of semiotics or a communication act between the author of a graphic symbol and the bearer of this symbol, but also enables the researcher to understand how the sign is able to influence certain actions of the bearers of symbols. This article discusses the approaches by which graphic design can be studied, and how it can be interpreted based on the structural elements of a graphic symbol, by superimposing structuralism and understanding sociology.

*Keywords:* graphic design, graphic symbol, sign, structuralism, understanding sociology, interpretation.

## Введение

Графический дизайн как область проектно-художественной деятельности способен выражать различные идеи и смыслы в виде уникальных графических логотипов, шрифтов, изображений и т. п. Задача графического дизайнера заключена в его стремлении показать запоминающимся и считываемым все то, что находится в поле зрения общества.

В данной статье нами предпринята попытка раскрытия логики интерпретации графической визуализации с помощью структурализма и понимающей социологии. Во время взаимодействия индивидов возникает комплекс релевантных значимостей, выраженных в символах. Именно с помощью этих символов индивиды и объясняют свои действия в тех или иных ситуациях, а исследователь их интерпретирует. Структуралистский подход стремится объяснить знаковые системы, поведение людей через призму уникального смысла и структуры, поскольку благодаря семиотическому анализу обнаруживаются закономерности, которым подчиняется общество или индивид.

Возникает комплексность в двойственной природе знака (соответствие визуала и смысла), а также в понимании графического символа как элемента коммуникационного акта. Именно благодаря логике этих социологических моделей мы способны сначала реконструировать определенные взаимосвязи графических элементов, в формах которых выражены социальные феномены, а затем реконструировать их значения как функции определенного символического порядка. Основная задача выбранного фокуса: интерпретация скрытых смыслов того или иного графического символа путем наложения логики семиотики и понимающей социологии и применение этих подходов для приложения в изучении визуального языка.

### **Графический дизайн: структуралистский подход**

В научной и научно-популярной литературе встречается упоминание о связи структурализма с семиотикой в виде структурно-семиотического подхода к изучению знаковых систем (Жердев 2021: 14). Это связано с тем, что для структурализма обычная жизнь представляется как текстуализированный мир со своими дополнительными смыслами, поэтому данная модель стремится разделить один смысл на другие, поскольку считает, что нет предельного значения для трактовки символа, поведения индивида и т. п.

Семиозис — термин, который объясняет создание и сущность того или иного знака (Жердев 2021: 8). Знак, в свою очередь, трактуется как воспринимаемый элемент, который способен передать, обработать информацию об ином предмете, индивиде, явлении и т. п. Семиотика включает в себя коннотативный и денотативный подходы, то есть в первом подходе нам важно переносное значение, а во втором — прямое значение вещи, символа и т. д. В графическом дизайне прослеживается такая же логика, поскольку графический символ не просто демонстрирует прямое значение, но и в то же время включает в себя скрытое значение и в определенных случаях может являться коммуникационным актом.

Особое внимание данному вопросу уделено в работах Ф. де Соссюра, в которых поясняется, что у языка есть два значения: материальное и ментальное (Соссюр 2006: 106). Получается, что означаемое является единицей плана содержания, а означающее — единицей плана выражения. Ф. де Соссюр подчеркивает важность означающего и означаемого, так как язык становится чистой абстракцией в том случае, когда мы не учитываем одно из восприятий, например означаемое. Поэтому графический символ можно интерпретировать не только через призму прямого значения, которое в него вложил графический дизайнер, но и с точки зрения его социальной практики употребления, поскольку символ может наделяться дополнительным смыслом со стороны социальной группы.

Логика графического дизайна заключается в коммуникативном акте (адресант передает сообщение адресату (потребителю)). Раскрывая особенности этой цепи, графический дизайнер (адресант) передает сигнал и сообщение через графический продукт, а принимает его адресат. В процессе восприятия и считывания графический символ начинает приобретать значения кода с его двойственной природой понимания. Понимание значения «означающий» и «означаемый» представляется как следующий этап коммуникативного акта, после которого адресат стремится уловить концепт продукта.

Расширение границ языковой коммуникации в дизайне позволяет увидеть способность одежды передавать различные смыслы так же, как и у графических продуктов. Автором данной концепции стал Р. Барт, который в монографии «Система моды» пришел к выводу, что одежда имеет три структуры: технологическую, иконическую и вербальную (Барт 2019: 34). С этой точки зрения исследователь может разбить любое изображение с одеждой на три категории и связать каждый элемент в рамках общей интерпретации при помощи уникальных шифтеров, которые позволяют закодированному коду переходить из одного измерения

(например, технологического) в другое. Так что исследователь может сформировать уникальный метод анализа вещей с нанесенным дизайном для общей интерпретации всех узловых элементов в рамках нашего восприятия.

У. Эко также предложил собственную модель объяснения, которая применима для анализа визуального языка. В понимании этого автора любой знак также может быть воспринят как некий текст. С одной стороны, текст — это диалог между создаваемым текстом и остальными ранними текстами. То есть возникает некая интертекстуальность, когда текст опирается на предыдущий текст (Филлипс 2008: 129). В этом отношении нельзя избежать слов и фраз, которые использовались ранее. Эко полагает, что, с одной стороны, текст порождает свои уникальные смыслы (Эко 2005: 117). С другой стороны, возникает диалог между автором и реципиентом, который принимает и интерпретирует смысл графического символа через свою уникальную систему идентификации.

Лотман писал, что «риторическое соединение „вещей“ и „знаков вещей“ в едином тексте порождает двойной эффект, подчеркивая одновременно и условность условного и его безусловную подлинность» (Лотман 2002: 74). Двойственность смысла вплетена в основу графического дизайна как многокомпонентный базис, который может трактоваться в зависимости от контекста.

Современные знаковые системы и область современного искусства, продолжателем которых является графический дизайн, имеют многомерную, многослойную систему интерпретации смысла графического символа.

### **Интерпретация графической визуализации в контексте структуралистского подхода**

В рамках данной статьи нами проанализирован с позиции структурализма ряд графических продуктов. Для демонстрации структуралистского подхода взяты несколько графических символов, которые можно проанализировать с помощью социальных теорий. Этими графическими символами являются: скрещенные указательные пальцы, китайский флаг.

Графические символы по своему содержанию сложны и многозначны, воспринимаются преимущественно в переносном значении, поскольку это метафорический язык. Начнем с первого графического символа «указательные пальцы» (рис. 1).

Неподготовленный человек, впервые предпринимающий попытку интерпретации символа, может идентифицировать его как «скрещенные пальцы». Если индивид не обладает соответствующим предшествующим опытом, то его органы чувств будут настроены на восприятие композиции, цветовой палитры, но не смысла. С добавлением нового элемента к данному символу происходит смена первоначального смысла и новый контекст, который требует новой идентификации (рис. 2).

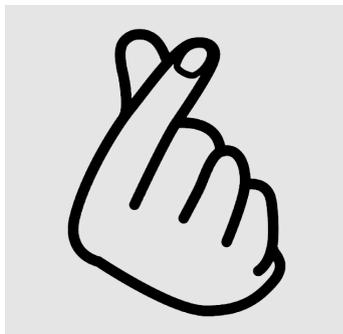


Рис. 1. «Скрещенные пальцы»

К указательным пальцам добавился новый графический элемент в виде сердца, но первоначальная настройка восприятия индивида будет продолжать заставлять идентифицировать его как все те же пальцы, но уже с другим элементом. Предполагается появление ассоциативного ряда «пальцы демонстрируют любовь», однако без знания дополнительного контекста индивид будет испытывать дополнительное затруднение, так как не понимает более точного смысла этого символа. У более старших возрастных групп могут возникать вопросы: почему молодежь может использовать этот символ. Такой логотип используют только участники k-рор-сообществ или люди, которые понимают, что данный логотип связан с корейской культурой. Участники k-рор-сообществ также применяют данный символ в ситуациях, когда кто-то хочет выразить любовь и уважение к чему-то или к кому-то. Данный графический символ в переводе с корейского языка означает любовь («саранхамнида»). В этом отношении символ начинает приобретать двойное значение — прямое и переносное. Как и в случае с корейским логотипом, указательные пальцы принимают значение означающего. Другими словами, это материальная форма графического символа. Однако что касается «саранхамнида» — это уже ментальное значение.

Модель объяснения У. Эко основана на интерпретации и идентификации знака как некоего текста. Данная модель касается не всех продуктов



Рис. 2. Жест «Любовь»



Рис. 3. Девочка с флагом

графического дизайна, а относится скорее к особым категориям. Одним из таких примеров можно считать флаги (рис. 3).

Графическая визуализация любого флага учитывает предыдущие флаги на уровне символов, цветовой гаммы, композиции и самой истории государства. Получается, что с китайским флагом возникает ситуация, когда символика звезд опирается на предыдущие комбинации звезд с целью улучшения и обогащения нового символа новыми смыслами. Кроме того, четыре звезды и красный цвет могут быть идентифицированы с существующей классовой системой, а также с основным цветом коммунистической партии. То есть здесь возникает особый диалог между реципиентом и автором, когда девочка смотрит на данный флаг. Графическая визуализация привносит особый смысл, раскрывающийся во взаимосвязи КНР и идей коммунизма.

Таким образом, графический дизайн в призме структурализма служит коммуникатором и передатчиком сигналов от адресанта к адресату посредством определенных невербальных коммуникативных практик. Графический символ является отображением существующего опыта индивида, социальной группы, социально-политической системы, формируя те или иные реакции у окружающих.

### **Графический дизайн: понимающая социология**

Представители данной школы считают, что каждое действие индивида наделяется уникальным смыслом, и задача понимающей социологии — интерпретировать данный акт. И здесь очень важно отметить, что понимающая социология стремится исследовать в первую очередь причинные связи тех или иных действий, а не субъективные смыслы.

Графический дизайн как многокомпонентная система подразумевает анализ аспектов по «слоям»: цвет, направление, ритм рисунка, форма. Может быть предпринята попытка анализа цвета в графическом дизайне в рамках языковой игры посредством концепций Л. Витгенштейна. Он считал, что существует разница в том, как происходит понимание правил: с одной стороны, правила интерпретируются, а с другой

стороны, общество следует этим правилам (Витгенштейн 2018: § 198). С этой точки зрения формулировка цвета нами может рассматриваться не только через призму перцептивных свойств индивида, но и через языковую игру. Восприятие цвета в каком-то смысле переходит из измерения психологического в социальное, поскольку происходит научение воспринимать тот или иной цвет в обществе, где есть языковые игры. В сознании индивида формируются устойчивые связи между тем, как обсуждать цвет и как его воспринимать. Поэтому мы вначале внедряемся в языковую игру, а потом воспринимаем. Этим могут быть объяснены различия в интерпретации цвета с учетом культурного контекста: в траурной одежде Китая, Японии, где именно белый цвет является показателем утраты кого-либо, а не черный, как это принято во многих странах мира (Taylor 2009). С одной стороны, известно, что самый чистый цвет — это белый, поэтому он символизирует начало, чистоту, а в других странах вводятся определенные правила, которые говорят обществу, как определять и использовать цвета в рамках культурного контекста.

Дж. Мид в своей концепции рассматривал взаимосвязь «Я» с социумом. Именно активное взаимодействие с другими людьми, объектами материальной культуры помогают «Я» сформироваться гармонично. Поэтому здесь и выделяются такие коммуникационные формы, как жесты, символы. Мид полагал, что индивиды мыслят благодаря активному использованию символов, которые были усвоены в рамках коммуникационного акта. При этом «мышление всегда предполагает символ, который вызывает такую же реакцию в другом, которую он вызывает в самом мыслящем» (Mead 1963: 147). Поэтому он пришел к выводу, что в коммуникационном действии мы часто сталкиваемся с двумя видами символов: значимые и незначимые. В этом отношении значимые символы вызывают не просто отклик с точки зрения эмоций, но и в то же время формируют дополнительные мыслительные операции (Мид 1994: 219).

Благодаря этому подходу мы можем замерить не только то, как графический продукт способен вызвать обратную реакцию со стороны реципиента, когда попадает в поле социального восприятия, но и в то же время разделить каждый элемент в графическом логотипе на значимые и незначимые символы. Такой подход помогает изучить визуальный язык через призму методического подхода, когда после описания всех значимых элементов определенной графической визуализации мы разделяем их на значимые структурные элементы, которые мы интерпретируем с точки зрения социального-исторического контекста.

## Интерпретация графического дизайна в рамках понимающей социологии

В рамках анализа графического дизайна мы не должны анализировать лишь одну полноценную фигуру в рамках визуального языка, мы также должны интерпретировать и другие элементы графического символа, такие как цвет, объем, фигура, контраст и др., поскольку все это включается в общий композиционный строй любого графического продукта. С этой точки зрения может быть предпринята попытка анализа цвета в графическом дизайне в рамках языковой игры Л. Витгенштейна.

В дизайне можно обнаружить принцип семейного сходства языковой игры (Витгенштейн 2018: § 65–77). Что есть красный цвет? Красный цвет — это одно название и одна сущность, или есть иная трактовка красного цвета? Например, в цветовой палитре существует несколько трактовок красного (SCARLET #FF2400, FERRARI #FF2800, IMPERIAL #ED2939 и др.), которые благодаря зрительному восприятию могут быть сгруппированы по насыщенности, яркости, блику, цветовой палитре, но отсутствует единый аспект, который был бы схож со всеми во всех отношениях.

С одной стороны, цветовая палитра красного оттенка SCARLET схожа с цветом FERRARI, однако при более детальном рассмотрении на элемент светотени и яркости можно заметить их различия. Субъективное восприятие обобщает предметы, элементы в одном, а разделяет их в другом отношении, к тому же могут быть добавлены дополнительные обозначения для изучаемого объекта. «Это не просто красный, а алый». Все эти виды красного оттенка образуют семью красного цвета. Снова возвращаясь к практике, индивид воспринимает языковое сходство не только через призму физиологии, но и через призму тренировки. Происходит научение называть что-то другим, определять, разделять и использовать определенное с целью следования определенному правилу, то есть расширяются границы восприятия символа, языковой игры.

Символический интеракционизм Дж. Мида, основанный на том, что все формы общения базируются на чтении определенных символов, указывает на существование конвенционального механизма считывания и интерпретации тех или иных графических символов. Фотография как форма отображения внутреннего мотива в действии (визуальном символе) позволяет интерпретировать эмоциональное состояние на фото, характер, обстоятельства, например анализ фотографии, сделанной девушкой в кафе «Chicko-Rico» в Москве (рис. 4).

Восприятие графического символа можно объяснить через понимание социального действия по Миду. Например, у девушки возник внешний раздражитель (графический символ), который вызвал у нее импульс (Ритцер 2002: 243). Таким образом, возникла ответная реакция при контакте с этим символом. Далее происходит переход в другую стадию социального действия — перцепцию. Здесь девушка явно начала обдумывать данный символ, поэтому она и пришла к выводу, что можно так же выразить любовь. На этой стадии девушка не просто получила импульс, когда считывала данный логотип, но она еще его оценивала с помощью своих ассоциаций и т. д. Стадия манипуляции демонстрирует идею о том, что субъект может не просто воспринимать данный графический символ, но и еще может использовать данный символ в своих целях (Mead 1938: 16). Например, показав данный жест другому человеку на фоне графического символа с сердцем, реципиент может подумать, что так ему показывают любовь в его сторону, по отношению к нему, а следовательно, он также может это показать в ответ. То есть он выполняет действия и желания адресанта. Последняя стадия — консумация, когда социальное действие подходит к своему логическому завершению.

Таким образом, можно сказать, что люди способны модифицировать или изменять значения и символы, используемые ими в действии и взаимодействии, на основе своей интерпретации ситуации, а участвуя в этих социальных взаимодействиях с учетом всех этих символов, доказывают, что человек развивает свою способность мыслить. Понимающая социология предполагает, что субъект совершает некое действие не в силу воздействия внешних факторов, а в силу личной интерпретации происходящих событий, исходящей из его мировоззрения. Понимающая социология предполагает, что индивид — субъект, а не объект наблюдения. Это также подразумевает, что человек не находится под влиянием совокупности воздействия внешних факторов, а создает собственный мир на основе личного восприятия происходящих с ним событий (Burger 1977: 165–175).



Рис. 4. Фотография в кафе

## Заключение

Таким образом, структурализм и понимающая социология хорошо дополняют друг друга при анализе визуального языка в рамках членения графического продукта на самостоятельные элементы, которые можно подвергнуть глубокому анализу в рамках общей интерпретации. С одной стороны, структуралистский подход позволяет расшифровать скрытый смысл графического символа в контексте дихотомии (визуала и смысла, означающее и означаемое). С другой стороны, понимающая социология способна дополнить метафоричность визуального языка с помощью интерпретаций графического символа на уровне коммуникационного акта. В этом отношении благодаря комбинированному использованию этих моделей мы вполне можем сказать, что расширяются границы восприятия самого визуального языка.

## Источники

*Барт Р.* Система моды. Статьи по семиотике культуры / Пер. с фр. С. Н. Зенкина. — М.: Академический проект, 2019.

*Витгенштейн Л.* Философские исследования / Пер. с нем. Л. Добросельского. — М.: АСТ, 2018.

*Жердев Е. В.* Семиотика дизайна: художественная смыслообразность: монография. — М.: Академический проект, 2021. — С. 14.

*Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж.* Дискурс-анализ. Теория и метод: Пер. с англ. — 2-е изд., испр. — М.: Гуманитарный центр, 2008.

*Лотман Ю. М.* Статьи по семиотике культуры и искусства / Сост. Р. Г. Григорьева; предисл. С. М. Даниэля. — СПб.: Академический проект, 2002. — (Серия «Мир искусств»).

*Мид Дж. Г.* От жеста к символу // Американская социологическая мысль. — М.: Изд-во МГУ, 1994.

*Ритцер Дж.* Современные социологические теории. — 5-е изд. — СПб.: Питер, 2002. — С. 243. — (Серия «Мастера психологии»).

*Соссюр Ф. де.* Курс общей лингвистики / Пер. с фр.; под ред., примеч. Р. И. Шор. — 3-е изд., стереотип. — М.: КомКнига, 2006.

*Эко У.* Роль читателя исследования по семиотике текста / Пер. с англ. и итал. С. Серебряного. — СПб.: Symposium; М.: РГГУ, 2005.

*Burger T.* Max Weber, interpretive sociology, and the sense of historical science: A positivistic conception of verstehen // The Sociological Quarterly. — 1977. — Vol. 18, No. 2. — P. 165–175.

*Mead G. H.* The Philosophy of the Act / Ed. by Ch. W. Morris, J. M. Brewster, A. M. Dunham, D. Miller. — Chicago: University of Chicago, 1938.

*Mead G. H.* Mind, Self and Society. — Chicago, 1963.

*Taylor L.* Mourning Dress: A Costume and Social History. — N. Y.: Routledge, 2009.

## References

Bart R. *Sistema mody. Statii po semiotike kul'tury* [Fashion system. Articles on the semiotics of culture]. Transl. from fr. by S. N. Zenkin. Moscow, Academic project, 2019. (In Russ.)

Burger T. Max Weber, interpretive sociology, and the sense of historical science: A positivistic conception of verstehen. *The Sociological Quarterly*, 1977, vol. 18, no 2, pp. 165–175.

Eco U. *Rol' chitatelia issledovaniya po semiotike teksta* [The role of the reader of the study on the semiotics of the text]. Transl. from eng. and ital. by S. Silver. St. Petersburg, Symposium; Moscow, RGGU, 2005. (In Russ.)

Jorgensen M. W., Phillips L. J. *Diskurks-analiz. Teoria i metod* [Discourse analysis. Theory and method]. Transl. from eng., 2nd ed., corrected. Moscow, Gumanitarniy Tsentr, 2008. (In Russ.)

Lotman Yu. I. *Statii po semiotike kul'tury i iskusstva* [Articles on the semiotics of culture and art]. Series “The World of Arts”. Comp. R. G. Grigoriev; preface S. M. Daniel. St. Petersburg, Academic project, 2002. (In Russ.)

Mead G. H. *Mind, Self and Society*. Chicago, 1963.

Mead G. H. *The Philosophy of the Act*. Ed. by Ch. W. Morris, J. M. Brewster, A. M. Dunham, D. Miller. Chicago, University of Chicago, 1938.

Mead J. G. *Ot zhesta k simvolu* [From Gesture to Symbol]. *American Sociological Thought*. Moscow, Publishing House of Moscow State University, 1994. (In Russ.)

Ritzer J. *Sovremennyye sotsiologicheskie teorii* [Modern sociological theories]. 5th ed. St. Petersburg, Peter, 2002, p. 243, series “Masters of Psychology”. (In Russ.)

Saussure F. de. *Kurs obshchei lingvistiki* [General Linguistics course]. Transl. from fr.; ed. by R. I. Shore, 3rd ed., stereotype. Moscow, KomKniga, 2006. (In Russ.)

Taylor L. *Mourning Dress: A Costume and Social History*. N. Y., Routledge, 2009.

Wittgenstein L. *Filosofskiye issledovania* [Philosophical Investigations]. Transl. from ger. by L. Dobroselsky. Moscow, AST Publishing House, 2018. (In Russ.)

Zherdev E. V. *Semiotika dizaina: khudozhestvennaya smysloobraznost'; [Monografiya]* [Semiotics of design: artistic meaning]. Moscow, Academic project, 2021, p. 14. (In Russ.)

**Потапов Дмитрий Андреевич**, магистрант 2-го курса департамента социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Москва, Россия.  
velikanovpotapov@yandex.ru

**Potapov Dmitry A.**, 2nd year Master's student of the Department of Sociology, National Research University “Higher School of Economics”, Moscow, Russia.  
velikanovpotapov@yandex.ru