

Дмитриева Наталья Юрьевна

канд. филос. наук, доцент

Орехова Анна Николаевна

магистрант

ФГБОУ ВО «Красноярский государственный
педагогический университет им. В.П. Астафьева»
г. Красноярск, Красноярский край

DOI 10.31483/r-138546

ВИЗУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ В ИСКУССТВЕ ПЛАКАТА: ЧТЕНИЕ МЕЖДУ СТРОК

Аннотация: в статье рассматривается визуальная метафора как одно из выразительных средств искусства плаката. Приводятся различные примеры использования визуальной метафоры на плакатах. Работа над визуальной метафорой плаката в образовательном процессе представлена как эффективное средство развития визуального мышления обучающихся.

Ключевые слова: искусство плаката, визуальная метафора, символ, художественный язык плаката.

В художественной культуре и искусстве значение метафоры трудно переоценить. Метафора является не только как художественный троп речи, но и как визуальный образ, так называемая «визуальная метафора». Визуальная метафора – это способ передачи идеи или концепции с помощью ассоциаций и переноса свойств одного объекта на другой [8].

Плакат как форма визуального искусства представляет собой уникальное сочетание графики и текста, которое служит не только для передачи информации бытового значения, но и для выражения значительной идеи. Художественный язык плаката включает в себя множество элементов, таких как цвет, шрифт, композиция, которые в совокупности создают мощное визуальное сообщение. В этом контексте важно рассмотреть художественную метафору как

один из ключевых инструментов в искусстве плаката, которая обогащает смысловое содержание произведений этого вида искусства.

Визуальная метафора проявляется себя в различных видах искусства – графика, живопись, пластических и пространственных видах искусства. Евгений Жердеев говорил о метафоричности художественного языка дизайна, отмечая, что метафора проявляется как в традиционных вещественных и объемно-пространственных видах дизайна (индустримальный дизайн, дизайн интерьера, среды, костюма, ювелирный дизайн), так и в современных визуально-графических видах искусства (дизайн рекламы и графики) [2].

В современном мире визуальная метафора тесно связана с вербальной семиотической системой. Стоит отметить, что при преобразовании вербальной метафоры в невербальную открывается множество возможностей для взаимодействия со зрителем и с аудиторией. Выразительные визуальные знаки многократно усиливают преимущества передачи информации через визуальную метафору, которые основаны на использовании вербального кода.

Визуальная часть плаката играет важную роль, дополняя текст, который в большинстве случаев является разновидностью лозунга. Поэтому художники, создающие плакаты, акцентируют внимание не только на самом тексте, но и на изображениях, которые его сопровождают. Чтобы сделать плакат более привлекательным и запоминающимся, авторы часто прибегают к использованию художественных приемов, в том числе метафор. Использование метафоры в слогане позволяет сделать текст более выразительным и живым, тем самым привлекая больше внимания зрителя. Безусловно, правильно подобранный слоган выполнит свою функцию донести информацию, но для того, чтобы плакат вызывал сильные эмоции и был запоминающимся, побуждая к действию, неоценима значимость визуальной составляющей.

Информация, представленная в виде изображений, воспринимается быстрее и легче запоминается, производя тем самым более сильное впечатление на зрителя, оставаясь в его памяти на долгое время. Привлекательная визуальная

композиция побуждает зрителя задуматься и попытаться понять замысел автора, сосредоточившись на главной мысли произведения.

Рассмотрим наглядный пример использования метафор на конкретных образцах. В качестве материала для анализа были выбраны плакаты на английском и русском языках, в которых метафоры представлены в различных формах.

В рекламных и социальных плакатах часто используются яркие и запоминающиеся метафорические образы, которые привлекают внимание к проблемам профилактики и лечения различных заболеваний, а также к опасностям, связанным с курением, употреблением алкоголя и наркотиков. В качестве примера можно привести плакат, созданный Квебекской антиникотиновой организацией. На нем изображены курящие люди за решеткой, в то время как не курящие люди находятся за ее пределами, на свободе. Этот прием наводит на следующий вывод: курение – это преступление, которое отдаляет человека от общества.

В российском пространстве ярким примером данной темы будет плакат «Нет!» В.И. Говоркова на тему борьбы с пьянством. В качестве метафоры в этом плакате можно выделить образ мужчины, который твердо отказывается от предложения выпить рюмку «горячительного» напитка, отодвигая ее уверененным жестом. Название плаката говорит само за себя. Суровая складка на лбу и стальной взгляд героя намекают на его «железные» принципы. Таким образом, через изображение мужчины и его действия автор передает идею отказа от алкоголя и агитирует против алкоголизма.

В качестве иллюстрации можно привести плакаты, посвященные вопросам экологии. Они направлены на защиту животных, сохранение лесов, а также на то, чтобы люди не мусорили и не устраивали пожары.

Один из самых популярных способов донести идею – это провести параллель между настоящими животными и игрушечными. Например, Нью-Йоркский зоопарк в своей рекламе показывает двух львов, один из них игрушечный с ценником в 35 долларов, другой – настоящий с ценой всего 7 долларов. Цель данной рекламы – это убедить людей посетить зоопарк, вместо других покупок.

GreenPeace – международная экологическая организация, дабы показать связь между вырубкой лесов и гибелью животных, создает серию плакатов, на которых люди и животные разрезаны пополам. На месте разреза видны кольца как у стволов деревьев. Плакат сопровождается надписью «Not only a tree is cut down» («Не только дерево погибает»).

Визуальная метафора представляет собой выразительный инструмент, который позволяет связать два, на первый взгляд, никаким образом не связанных объекта или понятия, тем самым создавая новую и глубокую мысль.

Школьники активно воспринимают мир визуально. Яркие цвета, крупные буквы и интересные иллюстрации привлекают их внимание и способствуют лучшему усвоению обучающего материала. Психологи отмечают, что использование плакатов в школьном процессе улучшает память и повышает интерес к изучаемому предмету.

В школьном образовании визуальные метафоры становятся мощным средством развития визуального мышления учащихся. Визуальное мышление включает в себя способность воспринимать, обрабатывать и интерпретировать информацию с помощью зрительных образов. В условиях, когда современное образование стремится подготовить учеников к жизни в меняющемся мире, умение «читать» визуальные метафоры становится все более востребованным навыком.

Процесс создания и восприятия визуальных метафор требует от школьников достаточных творческих навыков. Например, когда учащиеся работают над проектом, в котором нужно представить концепцию «свободы» в визуальном образе, они могут использовать метафоры, сравнивая свободу с «полетом птицы» или «протяжённостью океана». Такие ассоциации стимулируют способность соединять далекие по значению вербальные и визуальные образы, создавая новые творческие решения.

Групповая или коллективная работа над визуальными метафорами помогает школьникам развивать навыки коммуникации, поскольку учит предъявлять и обосновывать свой выбор и свои решения, творить сообща. Презентация найденных творческих решений перед коллективом, их обсуждение позволяет

учащимся «слышать» иные точки зрения, учиться уважать иную творческую позицию. Анализ визуальных метафор в произведении искусства разных видов искусства способствует формированию у школьников комплексного понимания культурного текста и его языковых нюансов.

Визуальная метафора не только обогащает процесс обучения, но и развивает у школьников навык многозначной интерпретации. В условиях цифровой эпохи, когда информация подается в основном в визуальном формате, умение воспринимать и создавать визуальные метафоры становится необходимым не только для успеха в учебе, но и для эффективного социального взаимодействия.

Список литературы

1. Валеева Г.Х. Патриотическое воспитание младших подростков в образовательном процессе: дис. ... кан. пед. наук / Г.Х. Валеева. – Челябинск, 2016. – 190 с.
2. Жердев Е.В. Художественное осмысление объекта дизайна / Е.В. Жердев. – М.: АУТОПЛАН, 1993. – С. 61–67.
3. Иванова Т.С. Визуальная метафора в современном графическом дизайне: на примере рекламных плакатов: дис. ... кан. пед. наук / Т.С. Иванова. – М., 2019. – 180 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг для творческих людей / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 304 с.
5. Лотман Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство, 1996. – 320 с.
6. Молл А. Визуальная коммуникация: теория и практика / А. Молл. – М.: РГГУ, 2010. – 256 с.
7. Петров И.А. Эстетика плаката: от символизма к визуальной метафоре / И.А. Петров // Дизайн и искусство. – 2021. – Т. 5. №2. – С. 22–30.
8. Смирнова Е.В. Визуальная метафора как средство передачи информации в рекламном плакате / Е.В. Смирнова // Журнал визуальной культуры. – 2018. – Т. 12. №3. – С. 45–58.