Анна Александровна Кравченко

Санкт-Петербургский государственный университет

[st070073@student.spbu.ru](mailto:st070073@student.spbu.ru)

Лев Андреевич Кузнецов

Санкт-Петербургский государственный университет

[st067787@student.spbu.ru](mailto:st067787@student.spbu.ru)

**Колористическая репрезентация образа Арктики на обложках журналов**

В основе исследования лежит анализ механизма колористической репрезентации в дизайне журналов по тематике Крайнего Севера. Изучение комбинаций и символизма цвета позволяет предположить, как происходит репрезентация и популяризация образа Арктики.

Ключевые слова:образ Крайнего Севера, колористическая репрезентация.

Арктика – перспективное направление для РФ, и определенную роль в популяризации соответствующей тематики играет колористика. Последняя является эффективным средством репрезентации образа Крайнего Севера: это можно объяснить тем, что она реализует ассоциативный механизм читательского восприятия.

Н. С. Марков и С. Г. Ажгихин [2] раскрывают связь между ассоциативным аспектом дизайна и способом актуализации, популяризации любого явления на основе подсознательного воздействия. В процессе конструирования дизайна любого проекта ассоциативные аспекты напрямую определяют эффективность влияния на сознание человека.

Мы рассмотрели цветовые палитры, включенные в дизайн арктических медиа и проанализировали механизм колористической репрезентации (МКР) Арктики на обложках журналов о Крайнем Севере. Под МКР мы понимаем процесс создания ассоциативных цветовых рядов, связанных с конкретным образом, которые актуализируются в сознании читателя.

В целях большей объективности анализа, был изучен весь спектр тематического разнообразия журналов о Крайнем Севере: от научно-информационно-аналитического («Арктика: экология и экономика») и научно-популярного («ХолодОК!») до литературно-публицистического («Арт»), этнополитического («Мир Севера») и специализированного («Байанай»).

Главным цветовым маркером на обложках, отсылающим к характеру арктического региона, стала репрезентация образа явлений природы. Всего было найдено три типа разнообразных палитр, которые встречаются во всех журналах.

1. Северное сияние. Для этого явления характерна комбинация темных и приглушенных цветов ночного неба (черного и различных оттенков синего: кобальт, сапфировый, ультрамарин) с небольшими вкраплениями яркого и насыщенного компонента (желтого, зеленого, фиолетового).

2. Закат и рассвет. Здесь на обложках преобладают светлые и контрастные цвета (красный, оранжевый, желтый и лазурный), символизирующие преломляющийся солнечный свет на небосводе. Встречается также комбинация и пастельных оттенков (нежно-голубого, бледно-кораллового, розового и лилового) в сочетании с белым.

3. Ледяная пустыня. В данной палитре содержитсяотсылка к снежным полярным долинам, ледники и морские глади, переливающиеся в небо. Здесь преобладает монохромная палитра синих оттенков, сочетающаяся с подчеркивающим белым цветом.

Помимо актуализации образа Арктики с помощью природных явлений, на обложках также был замечен и другой стиль колористики, который отсылает к национальным особенностям регионов Крайнего Севера и актуализирует фоновые знания в сознания читателя.

Этничность – стереотипизация формируется вокруг красного цвета, который символизирует образ солнца, красоты [3] и культ огня для народов арктического региона, где встречается язычество. Этот цвет в медиадизайне комбинируется в сочетании с коричневым, белым, черным или хаки. Такая палитра ассоциируются с образом животных, населяющих Крайний Север.

А. Ф. Бортник и А. Н. Винокурова [1] изучил цветовое решение этноса эвенков – эта палитра на ¾ совпадает с той цветовой кодировкой, что была обнаружена нами в изданиях, посвященных жизни различных народов Арктики. Вероятно, это обстоятельство свидетельствует о наличии корреляции между колористикой и народным аспектом в медиадизайне.

Таким образом, разные комбинации и вариации цветов и их оттенков отражают определенные аспекты образа Арктики, начиная с местных коренных народов и заканчивая природными явлениями, особенностями региона.

Определенные цвета-ключи, встречающиеся во внешнем облике изданий, работают на уровне подсознания читателя и, тем самым, включают ассоциативный механизм на основе имеющихся знаний. На рассмотренном МКР может быть основана и стратегия популяризации заполярных регионов России в сфере СМИ.

Литература

1. Бортник А. Ф., Винокурова А. Н. Цветовое решение и орнамент костюмов коренных народов Севера // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 11. С. 51–53.
2. Марков Н. С., Ажгихин С. Г. Роль ассоциаций и процесс их поиска в графическом дизайне // Дизайн-образование: проблемы и перспективы. Краснодар, 2016. С. 257–262.
3. Якунин А. В.Веб-юзабилити и эргономика интернет-СМИ. СПб., 2015.