

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ «ГИПЕРБОЛА» В ЖИВОПИСИ И ГРАФИКЕ

Заболотская Евгения Александровна

кандидат технических наук, доцент, Институт
Искусств, РГУ им. А.Н. Косыгина (ТЕХНОЛОГИИ. ДИЗАЙН.
ИСКУССТВО), г. Москва
evgeniya.art@mail.ru

STYLISTIC DEVICE "HYPERBOLE" IN PAINTING AND GRAPHICS

E. Zabolotskaya

Summary: This article is devoted to the study of the "hyperbole" stylistic trope in art, which has various forms of embodiment in many areas of spiritual, social and scientific activity of modern man. The study of hyperbole is of interest not only for the sciences that study language, but also for art history, which considers hyperbole as an artistic technique and a means of creating an expressive image in the fine and decorative arts.

Keywords: stylistic devices, hyperbola, exaggeration, painting, graphics, artistic language, graphic language, expressiveness of the image.

Аннотация: В статье рассматривается применение стилистического тропа «гипербола» в искусстве, который также имеет разнообразные формы воплощения во многих сферах духовной, социальной и научной деятельности современного человека. Изучение гиперболы представляет интерес не только для наук, изучающих язык, но и для искусствоведения, которое рассматривает гиперболу, как художественный прием и средство создания выразительного образа в изобразительном и декоративном искусстве.

Ключевые слова: стилистические приемы, гипербола, преувеличение, живопись, графика, художественный язык, графический язык, выразительность образа.

Для современного искусства характерно слияние познавательной и чисто художественной сторон творчества. Произведения искусства отражают культурный уровень народа той или иной эпохи. Они не только помогают ему жить, но и формируют их вкусы: обостряют художественное видение, воспитывают чувство цвета, ритма, учат понимать замысел произведения, его образность [1]. Общие законы изобразительного искусства имеет свою специфику, свои композиционные и стилистические особенности [2]. Стилизация - это совокупность художественных свойств, усиливающих эмоционально-выразительную и художественно - организующую роль произведений искусств в окружающей человека предметной среде

Актуальность данной темы заключается в широком применении, общедоступности и популярности стилистического приёма «гипербола» в разных видах искусства. Гипербола может решить проблему стилистического однообразия, расширить возможности художественного языка, особенно, относительно графического или живописного изображения.

Актуальность создания и применения гиперболы в произведениях искусства постоянно изменяется, потому что ее смысловая специфика напрямую зависит от потребностей и ожиданий социума в культурном пространстве отдельно взятой страны.

Таким образом, целью данной работы стал анализ гиперболизированных образов в интересующей области применения (искусство визуальное – живописное и графическое), не заостряя внимание на остальных

видах искусства, но затрагивая их, как опору для исследования. При этом объектом исследования является стилистический троп «гипербола», как форма создания художественного произведения, а предметом исследования – особенности его применения в искусстве. В исследовании были поставлены следующие задачи:

- провести параллели между литературной гиперболой (словесной) и гиперболой, переданной визуальными способами (живопись, графика);
- выделить несколько главных принципов создания, понятной для зрителя гиперболы;
- описать на анализе произведений способ внедрения найденных принципов в живопись и графику

Во всех сферах нашей жизни современный мир гиперболизирован. Преувеличение стало неотъемлемой частью жизни и существования общества. Гипербола определяется как приём, использующий намеренное усиление каких-либо качеств или свойств, явлений, предметов или процессов с целью создания яркого и впечатляющего образа. Слово по своему происхождению является греческим: «hyperbole» — буквально означает «преувеличение». Начальная часть «гипер» является приставкой во многих словах и переводится как «сверх», «над», «выше нормы» [3]. Она служит не только наименованием, она также сопровождает наше мышление и необходима автору не только для того, чтобы благодаря намеренному преувеличению, доступно передать идею для зрителя, но, и чтобы он сам мог полностью осознать свою собственную идею [4].

В искусстве существуют определенные правила для применения в художественном произведении приема

гиперболы; они нужны для того, чтобы визуально она узнавалась и давала возможность понять, что она “означает” или “что хочет сказать”. Именно поэтому она особенно интересна при создании образа в живописных и графических работах.

Ярким примером реализации такого стилистического приема, как гипербола в живописи, являются несколько знаковых полотен Б. Кустодиева – русского и советского художника. Уже с начала 1900-х годов он разработал своеобразный жанр портрета, вернее, портрета-картины, портрета-типа, в котором модель связана воедино с окружающим её пейзажем или интерьером. Одновременно - это обобщённый образ человека и его неповторимая индивидуальность, раскрытие её через окружающую модель мира. Все творчество Б. Кустодиева проникнуто любовью к русскому народу; он пытался выразить в своих полотнах целый социальный класс народа или собирательный образ определенного типажа народа и в этих целях использовал приемы гиперболы.

В картине «Портрет Ф.И. Шаляпина», Б. Кустодиев изобразил Шаляпина гиперболизировано большим по сравнению с людьми, деревьями и домами на фоне и выглядевшим, как гигант, великан – так Кустодиев с помощью гиперболы выразил свое отношение к Шаляпину, как к воплощению русского богатырства, духовного и физического. Аналогичную идею несет в себе акварельное полотно Б. Кустодиева «Купец в шубе» - огромный, громадный по сравнению с городским пейзажем на фоне, купец занимает почти все пространство картины, опять же отображая некий богатырский мотив. Однако если сравнивать картины «Купец в шубе» и «Портрет Ф.И. Шаляпина» можно отметить важную деталь, раскрывающую некий скрытый смысл данных полотен. Шаляпин изображен на фоне гуляющего народа, что подчеркивает его связь, как артиста, с простым людом, в то время, как купец на картине пребывает в гордом одиночестве – несмотря на то, что Кустодиев представляет купца таким же исполином и некоей опорой общественного строя, художник отмечает оторванность купеческого класса от народа. Апофеозом же применения гиперболы Б. Кустодиевым в своих картинах стала фигура большевика в одноименном полотне (рис.1). Если в двух предыдущих картинах художник играл с перспективой и их эмоциональный тон был более созерцающе-оптимистичным, то в данном полотне большевик представлен действительно исполинским, дотягивающимся до небес.

Гипербола находит свое применение и в графических образах. Из-за тесной связи образного мышления с преувеличением, творчество многих художников-графиков наполнено гиперболизацией, усиленное значение, которого необходимо увидеть и понять. Благодаря ей можно сделать рисунок более эмоциональным [5]. Пятно, линия, точка, штрих - основные выразительные средства

в графике. Как правило, равномерное распределение всех этих средств в работе, даёт четкую картинку. Но, в случае если применить гиперболу к одному из средств, например, к точке, можно создать по-настоящему выдающееся и оригинальное произведение.

Так, испанский художник Мигель Эндара, который создаёт картины из миллионов чернильных точек. Одна из самых известных его работ – «Портрет отца» (рис. 2). Автор потратил на эту работу почти 12 месяцев. Количество точек в работе приближенно к 3,5 миллионам. Благодаря преобладанию этого выразительного средства, картины художника выглядят гиперреалистично и, по-настоящему, уникально. Выразительность любой графике можно придать с помощью гиперболизации одного из составных её элементов, что ярко показывает вышеупомянутая работа.

В гиперболе, пожалуй, больше, нежели в иных приемах, имеет место быть разница меж чувственным значением и чувственной окраской. В гиперболе слова сохраняют свое предметно-логическое значение, но нелогичность присваивает всему выражению чувственный оттенок (окраску).

Следует разделять преувеличение и усиление. При усилении говорящий традиционно расценивает сообщаемый факт, пропуская его через собственные впечатления. При преувеличении, гиперболы человек дает обрисовываемому факту или сравнительную характеристику с иным фактом - и тогда появляется образно-искаженная черта первого, или говорит о очевидно преувеличенных, неправдоподобных свойствах предмета, выходящие за рамки настоящей реальности и т.п. [6].

В гиперболе происходит столкновение обычного естественного в отношениях между явлениями и предметами и невозможного, нереального, гротескного. Например, графические листы Ф. Мазереля «Vizioni», выполненные в Антверпене в 1921г., представлены графическими портретами мужчин и женщин, размеры лиц гипертрофированы, формы тела утрированы с целью большей художественной выразительности. В этом смысле также утрирована пластика центральной мужской фигуры в графическом произведении М. Шагала «Беженцы. На прогулке» – визуальная гипербола, зрительно передающая трагическое мироощущение сломленных жизнью людей, скитающихся вдали от родины (рис.3).

Концертный плакат О. Бондарь «Балбесиада» также является примером гиперболизации, как типа стилистического приема в графическом дизайне (рис. 4) [7].

На агитационном плакате Д. Мора «Помоги» в изображении одной фигуры крестьянина и одного сломан-



Рис. 1. Кустодиев Б.М., «Большевик», 1920.

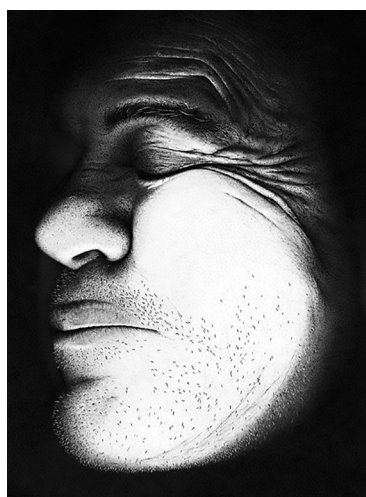


Рис. 2. Мигель Эндара, «Портрет отца», 2012.



Рис. 3. Шагал М.З., «Беженцы. На прогулке», 2018.



Рис. 4. Бондарь О. «Балбесида», 2020.

ного колоска ржи применено три типа графического и смыслового стилирования – гиперболизация, символизация и метафора. Фигура крестьянина, означающая обнищавший народ (символизация), утрирована. Ноги и руки преувеличены, пластика выражает отчаяние (гиперболизация). Экспрессивная фигура крестьянина – изобразительная метафора, так как смысл изображения – катастрофические последствия голода на Руси в 1921г. лежит далеко за пределами изображения. По такому же принципу преувеличения форм тела и динамики движения, выражающим трагизм, построено изображение на иллюстрации Д. Моора «На приступ» к книге А.

Барбюса «В огне».

В заключение можно обозначить, что в качестве исследовательской задачи автором была предпринята попытка обобщить некоторые знания о стилистическом приеме «гипербола»: изучить и понять, почему именно преувеличение пользуется огромной популярностью не только в литературе и маркетинге, но и в искусстве графики, и в живописи. Дискуссионным продолжает оставаться вопрос о том, как внедрить гиперболу в живописные и графические произведения, сохраняя при этом авторский почерк художника.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герасимова И.А. Визуальный образ (Междисциплинарные исследования) - М.: ИФ РАН, 2008.- 248с.
2. Имшинецкая И. Сила визуальных образов. — М.: РИП-холдинг, 04.[Электронный ресурс] - Режим доступа к стр.: <http://evartist.narod.ru/text11/62.htm> (Дата обращения: 21.08.2022).
3. Книгин И.А. Словарь литературоведческих терминов, М.: ЛИЦЕЙ, 2006. – 272с.
4. Resoch.ru: свободная энциклопедия школьных сочинений: сайт. — [Москва], 2021., - URL: <https://resoch.ru/> (дата обращения: 04.06.2021). - Режим доступа: свободный.
5. Принципы визуализации в рекламе. [Электронный ресурс] - Режим доступа к стр.: <http://www.sostav.ru/articles/2003/06/19/rec190603/> (дата обращения: 28.10.2022).
6. Рекламный образ и приемы его создания. [Электронный ресурс] - Режим доступа к параграфу 15: <http://ref.by/refs/48/9806/1.html> (дата обращения: 28.10.2022).
7. Сиббет Д. Визуализируй это! Как использовать графику, стикеры и интеллект-карты для командной работы / Д. Сиббет // 2019. - 280 с.

© Заболотская Евгения Александровна (evgeniya.art@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»