

УДК 766:003

РОЛЬ СЕМИОТИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Л.Б. Сурина

Уточняется сущностная характеристика семиотики в области графического дизайна. Определяется семиотическая единица в графическом языке дизайна. Изучены типы знаков и знаковых систем, восприятие знака в отличие от текста, а также знаковых систем от изобразительного искусства. Проанализирована значимость знаково-символического словаря графического дизайна.

Ключевые слова: семиотика, семиотический подход, дизайн, искусство, символ, знак, знаковые системы.

Изучение знаковых систем является предметом специальной науки – семиотики (от греческого *semeion* – знак, признак), зародившейся в начале второй половины XX века, которая исследует возникновение, строение и функционирование различных знаковых систем, хранящих и передающих информацию [1].

Впервые общие принципы семиотики были сформулированы в работах Ч. Пирса [2]. Семиотический подход к проблемам знаковых систем использует данные многих наук, что позволяет достичь таких обобщений, какие невозможны для каждой отдельно взятой науки. Поэтому семиотике как науке приписываются свойства, объединяющие все науки. Определение семиотики как науки о знаках принимается далеко не всеми исследователями однозначно [3], что дает возможность относить различные (философские, искусствоведческие, лингвистические) исследования к области:

- искусства (музыка, кино, театр, изобразительное искусство);
- научной теории;
- визуальных знаковых систем (дизайн).

Век назад в искусстве появилась тенденция к упрощению (обобщению), к использованию знака, символа (конструктивизм, абстрактивизм и пр.). В последующие десятилетия авангардное направление переросло в эксперименты европейского, а затем и мирового масштаба. Течения искусства, относящиеся к геометрическому абстрактивизму или конструктивизму, стали позиционироваться как способ выражения, как творческая идея. При этом смысл искусства при крайней знаковости изобразительного языка не отрицался, а, наоборот, подразумевался [4].

Я.Г. Чернихов в трудах «Конструкция архитектурных и машинных форм», «Архитектурные фантазии и 101 композиция» [5] проиллюстрировал особенности архитектурно-дизайнерской семиотики.

В 1922 году А.М. Родченко в книге «Эксперименты на будущее» изложил идею «лабораторного» преобразования изображения в закодированные информативные объекты, которые при восприятии должны восприниматься как разворачивающиеся тексты. Эти идеи определили зарождение нового стиля – супрематизма. Знаковые системы, положенные в основу его графического языка распространились на оформление рекламы, плакатов, вывесок, книжных изданий, спектаклей («Про это», «Клоп»). Способность художника решать смежные с искусством (оформительские) задачи, сделали его идейным родоначальником советского дизайна [6]. Рассматривая супрематистское искусство как систему, выделим семиотические критерии по способу создания образов:

а) изобразительные, в которых пластические искусства (живопись, скульптура, графика) оперируют условным геометрическим языком;

б) выразительные, в которых изображение смыслов, эмоций, функций преобразовывается в знаково-образную форму (дизайн, декор).

Искусство удовлетворяет универсальной потребности человека – восприятию окружающей действительности в развитых формах человеческой чувственности. Дизайн (от итальянского «disegno») – специфическая преобразовательная деятельность, предполагающая способность к абстрактному мышлению, знаковому восприятию явлений, фактов, событий. Дизайн означает явление, в котором соединились наука, искусство и технологии, имеет ряд признаков, сходных с особенностями всех трех составляющих. Именно эта уникальная совокупность и целостность данных признаков присуща единственно и только дизайну [7].

Основной структурной единицей языка культуры с точки зрения семиотики являются знаковые системы. Под знаком понимается материальный предмет (явление, событие), объективно заменяющий некоторый другой предмет, свойство или отношение и используемый для приобретения, хранения, переработки и передачи сообщений (информации, знаний) [8].

Знак – основное понятие в семиотике, а в дизайне особенно. Знак обозначает или замещает не единичный объект или конкретное явление, а целое множество объектов или явлений. Восприятие знака одноактно, что помогает «прочитать» его в отличие от текста быстро.

Дизайнеры не художники, но то, как дизайнер смотрит на мир, определяет его стиль работы. Оперирование логическими законами построения знаковой композиции является знаково-символическим инструментом графического дизайнера.

Основной метод применения семиотики в графическом дизайне – художественно-образное моделирование продукта проектирования посредством композиционного формообразования, базирующегося на результатах анализа утилитарных и эстетических запросов, с учетом анализа функции объекта, а также с учетом размещения в тираж.

Семиотика изучает естественные (знаки-признаки) и искусственные (условные) языки, а также общие принципы, составляющие основу структуры всех знаков [9]. Уточним характеристику некоторых из них.

Естественные – это знаки-символы, обозначающие вещи и явления природы в том случае, когда они указывают на какие-то иные предметы или явления и рассматриваются в качестве носителя информации о них, функциональные знаки-символы, обозначающие собственно вещи и явления.

Иконические знаки имеют непосредственное прагматическое предназначение, а знаками они становятся, потому что включены в человеческую деятельность, о которой содержат информацию.

Системы записи (письмо, ноты и т. п.) в истории человечества появились довольно поздно. Они возникли на базе других знаковых систем – разговорного языка, музыки и вторичны по отношению к вербальной системе. Так, знаки-образы отражают облик обозначаемых ими вещей; знаки-сигналы для извещения или предупреждения; знаки-индексы предназначены для условных обозначения предметов или ситуаций, имеют компактный вид и применяются для выделения предметов и ситуации. Знаки-символы, не только указывают на некоторый объект, но и несут в себе добавочный смысл.

Развитие дизайна невозможно без привлечения внимания к выразительным возможностям современного искусства, уходящего от реалистического взгляда в коммуникационный знак.

Проектирование в дизайне – это процесс воплощения замысла в рамках знаковой системы и вырастающую на ее основе систему образов, процесс объективации проектной идеи в продукт, процесс решения проектной задачи проектантом и передачи его пользователю [10].

Символы, использующиеся как часть уникального языка дизайна, отображают различную информацию. Всемирная организация стандартов (ISO) допускает преобразование в системе стандартизированных символов, иными словами, базовый символ может быть взят за основу и стилизован дизайнером [11].

Пиктограммы дорожного знака стандартизированы. Знак необходимо считывать на скорости и количество символов, несущих информацию о дорожной ситуации должно быть не больше чем 1–4 на одном знаке. В инфорграфике метрополитена возможно большее количество различных вариаций информативных символов (линий, станций метро и мест пересадок). В метро для карты движения под землей используют цветовые коды, оперируя которыми дизайнеру удастся сделать понятными сложную логику движения. Система коммуникаций аэропорта, несущая информацию о направлении потоков, о местонахождении или услуге, как правило, стандартизирована. Система же коммуникаций достопримечательных мест

требует от дизайнера большей интерпретации группировок графических символов и знаков.

Итак, преобразование содержания в закодированные информативные объекты позволило средствам абстрактного языка искусства изменить нашу точку зрения на изображение предмета, преобразовать реалистический (академический) язык искусства в условный (символический) язык дизайна. Другими словами, привнести в проектную деятельность универсальный знаково-символический словарь графического дизайна, где символы рассматриваются как элементы, способствующие интерактивному общению пользователей средствами графического дизайна.

Библиографический список

1. Агентство эффективных коммуникаций «Инфографика» [Электронный ресурс]. – URL : <http://infographicsmag.ru/works/static/infografika-s-igolkami.html>.
2. Пирс, Ч.С. Основания теории знаков / Ч.С. Пирс; пер. с англ. В.В. Кирющенко, М.В. Колопотина. – СПб.: Алетейя, 2000. – С. 50.
3. Бергер, К.М. Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации / К.М. Бергер. – М.: РИП-холдинг, 2011. – 176 с.
4. Сурина, Л.Б. Влияние пластической культуры начала XX века на формирование русского дизайна / Л.Б. Сурина // Серия IOP Conference: Материаловедение и инженерия (MSE). – 2017. – URL: <https://iopscience.iop.org/issue/1757-899X/451/1>.
5. Чернихов, Я.Г. Психология деятельности и способности человека: учеб. пособие для вузов / Я.Г. Чернихов. – 2-е изд. – М.: Логос, 1996. – 318 с.
6. Туэмлоу, Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Туэмлоу. – АСТ: Астрель, 2014. – 256 с.
7. Родченко, А.М. Эксперименты на будущее / А.М. Родченко. – М.: Грант, 1996. – 415 с.
8. Филиппьев, Ю.А. Что и как познает искусство / Ю.А. Филиппьев, АН СССР. Ин-т мировой литературы им. А.М. Горького. – М.: Наука, 1976. – 112 с.
9. Энциклопедия символов / сост. В.М. Рошаль. – СПб.: Сова, 2006. – 1007 с.
10. Человек и его символы. / К.Г. Юнг, М.Л. Франц, Д. Хендерсен и др. – М.; СПб.: Серебряные нити: АСТ, 1997. – 367 с.
11. Лаптев, В.В. Изобразительная статистика. Введение в инфографику / В.В. Лаптев. – СПб: Эйдос, 2012. – 180 с.
12. Ванслов, В.В. Что такое искусство / В.В. Ванслов. – М.: Изобразительное искусство, 1988. – 326 с.
13. Домнин, В.Н. Брендинг: новые технологии в России / В.Н. Домнин. – СПб.: Питер, 2014. – 381 с.

[К содержанию](#)