

УДК 766.05:003.6

СЕМАНТИЧНІ ВІДМІННОСТІ ГРАФІЧНОГО ЗНАКУ

Солодка Д. О., Стрекалова О. Є., Оганесян С. В.

Київський національний університет технологій і дизайну

Мета. Виявлення значення семантичних відмінностей терміну «графічний знак» в контексті різних наукових підходів для вирішення комунікативних проблем сучасного графічного дизайну

Методика. Базується на системному підході. В процесі дослідження було використано метод систематизації; аналітичний метод; типологічний метод; метод абстрагування; метод екстраполяції.

Результати. Досліджена семіотика як наука про знаки і знакові системи. Сформована типологізація графічних знаків. Виявлені відмінності у вживанні термінів, ареал значення яких дозволяє розглядати їх синонімами поняття «графічний знак».

Наукова новизна. Проведено порівняльний аналіз семантичних відмінностей терміну «графічний знак» з позиції різних наукових підходів в умовах зростання вимог до візуальної культури. Вперше отримали теоретичне і практичне обґрунтування семантичних відмінностей графічного знаку.

Практична значимість. Позначений принципово новий напрямок в теорії і практиці графічного дизайну – вивчення середовища «семантичний образ – графічний знак – людина».

Ключові слова: графічний дизайн, графічний знак, семіотика, знакова система, код, кодування

Актуальність дослідження зумовлена тим, що еволюційне ускладнення, постійне вдосконалення і розвиток комунікаційного простору актуалізували проблему проектування візуальних знакових систем. Ще в давнину людина осмислено фіксувала інформацію в символічні графічні знаки з метою її передачі, збереження і подальшого використання.

Знаки оточують нас з усіх боків в нашому повсякденному житті. Знак вводить людину в коло як особистісного, так і соціального. Знакові засоби допомагають розбудувати образи реальності, створювати замітники рекламованих об'єктів, переходити до різних форм ідентифікації компаній, товару, послуги, особистості.

У XXI ст. відбувся синтез графічного дизайну та інтерактивного простору, який диктує нові умови проектування, культуру подання інформації і роботу з нею переважно за допомогою графічних знаків, а не текстових повідомлень. На сучасному етапі існує масова потреба застосування візуальних знаків комунікації в інтерактивному середовищі, що проектується на основі раніше сформованого досвіду інфоутворення

знаків, їх графічної умовної образотворчості та нових специфічних якостей, що визначаються широкими комунікаційними можливостями нової галузі застосування.

Постановка завдання

Метою роботи є виявлення значення семантичних відмінності терміну «графічний знак» в розрізі різних наукових підходів для вирішення комунікативних проблем сучасного графічного дизайну.

Результати досліджень

1. Сучасні дослідження з проблеми графічного знаку.

Сучасні трансформації призвели до відповідних перетворень і в проектній діяльності дизайнера-графіка. Однак новим теоретичним і практичним напрацюванням передували роботи, з яких багато було запозичене.

В першу чергу слід відзначити теорію дизайн-програмування (системного проектування) складних соціокультурних дизайн-об'єктів, виконану видатними теоретиками дизайну: В. Р. Ароновим, А. Л. Діжур, В. Ф. Сидоренко, Г. П. Щедровицьким, та ін.

Значення знаків як різноманітних компонентів прийому і передачі інформації вивчаються в філософії і семіотиці. Дослідження відображені в працях Г. Кюна, Ч. Пірса, А. Ф. Лосєва, С. О. Хан-Магомедова та ін. В сфері історії мистецтва і графічного дизайну знакові системи розглядалися в працях С. Капліна, О. М. Лаврентьєва, К. М. Бергера та ін.

На сучасному етапі розвитку теорії з брендингу, розробці фірмового стилю і логотипів і товарних знаків можна відзначити роботи Е. Туемлоу, Д. Ейрі, М. Ліндстрома, та ін.

В останні роки проблемі приділяли увагу Т. А. Мазуріна, О. В. Бойчук та ін. Зокрема, Т. А. Мазуріна відзначає важливість пошуку нових принципів формоутворення, що відповідають запитам сучасності. О. К. Садів здійснює аналіз напрямків розвитку проектної діяльності (в тому числі, графічної), акцентує увагу на трансформації стилю мислення в дизайні.

Важливою складовою дослідження став аналіз робіт з семіотики, лінгвістики, психоаналізу: Г. Фреге, Ч. Пірса, У. Морріса, Ю. М. Лотмана, А. Ф. Лосєва та ін.

2. Семіотика як наука про знаки і знакові системи.

Наука і культура, людська цивілізація загалом, невіддільні від сфери застосування знака, оскільки вони презентують свої результати у суспільстві саме в формі знакових

систем. Як говорив Ч. Морріс, інтелект взагалі слід ототожнювати саме з функціонуванням знаків [6].

Вивченням знаків і знакових систем займається семіотика. Семіотичний знак в широкому сенсі розуміється як об'єкт навколишнього світу, який може бути реальною або вигаданою річчю, явищем, процесом, поняттям, що репрезентує в свідомості людини інший об'єкт або явище. Знаки можуть компонуватись і формувати знакові системи. Ю. М. Лотман у своїй теорії семіотичної культурології вводить поняття – семіосфери [5]. В сутності – це семіотичний простір (складна знакова система), за своїм обсягом рівний культурі в цілому.

Семантика покликана вивчати зміст знаків. Одному предмету може відповідати кілька понять. Завдання дизайнера здебільшого полягає в тому, щоб допомогти глядачу прийняти одне з багатьох закладених в роботі значень або наділити одне просте значення багатозначністю.

У творчості дизайнера-графіка прагматика виступає однією з найбільш важливих сфер діяльності. Адже поняття і сигніфікат можуть вже бути сформовані у свідомості людини. А предмет (наприклад, логотип) може бути представлений кожен раз по-новому. Це свого роду процес актуалізації стилеутворюючих інваріантів в новій формі. Досить згадати еволюцію графічних знаків і логотипів відомих брендів, в яких змінюється форма, а зміст та загальне концептуальне рішення залишаються.

3. Типологізація графічних знаків.

Важливою особливістю концепції є типологізація знаків. Ч. Пірс розмежував знаки за типами: знак-індекс, знак-ікона, знак-символ. Знак-індекс є покажчиком на конструкт (ознаку) об'єкта – його синтактику, де прагматика менш важлива: піктограми для Олімпійських ігор або дорожні знаки.

У свою чергу, знак-ікона (його ще називають знаком-копією) покликаний провести зв'язок з цілком конкретним об'єктом, він завжди візуально схожий на сам об'єкт. Так, наприклад, фотографія чемпіона світу з плавання є зазначенням цілком конкретної людини, а не плавання як виду спорту.

Найбільш цікавим з позиції графічного дизайну є знаки-символи, які вказують на ідеї або абстрактні поняття. У своїх міркуваннях У. Еко приходиться до того, що в семіосфері існують елементи, які не є знаками, але потенційно необхідні для їх формування. Він називає їх фігурами, і зазначає: «Самі по собі фігури позбавлені смислу і володіють тільки диференціальним значенням» [10]. Тут мова йде про такі елементи,

які існують в середовищі, але тільки після їх зв'язування з відповідним планом знака стають зазначеними. Наприклад, чорний колір без включення в певний контекст (культурологічне поле) нічого не означає для людини і виконує лише диференціальну функцію, про яку говорить У. Еко. Однак в контексті української культури чорний колір асоціюється з трауром, тоді як в китайській з трауром пов'язаний білий колір.

4. Тракткування поняття графічного знаку в розрізі різних наукових підходів.

В основі семіотики лежить поняття знака як мінімальної одиниці знакової системи, що несе інформацію. Але оскільки абсолютно будь-який об'єкт, будь-яке явище у фізичному світі і в сфері психіки і мислення може розглядатися як знак, що несе інформацію, то будь-яка подальша конкретизація цього поняття зміщує його в галузь термінології певної дисципліни.

На сучасному етапі існують різні школи семіотики, і вони демонструють різний дисциплінарний підхід.

Математична логіка бачить в знаку насамперед інструмент дослідження самих логічних законів.

Структурна лінгвістика передбачає структурно-функціональний спосіб дослідження знаку як елементу системи мови; вона вивчає знак, перш за все, як одиницю мовлення людської мови, фонему, слово або вислів; лінгвістичний підхід до об'єкта дослідження передбачає структурно-функціональний метод дослідження знаку як елементу системи мови. Він визначається виявленням закономірностей, властивих знаку в системі функціонування мови на різних рівнях.

Соціолінгвістика виявляє закономірності, притаманні знаку в системі функціонування мовлення на різних рівнях, перш за все, в його комунікативній функції в суспільстві.

Культурологічний підхід розглядає знак як одну з символічних форм поряд з міфологією, релігією, культурою, наукою і т. д.

Психологія аналізує знак в його відношенні до психічних асоціацій, до архетипів і до можливої суб'єктивної інтерпретації.

Логічний позитивізм зводить значення знака до визначення звичок, які він виробляє на біологічній основі, в тому числі, і у тварин.

Структуралізм в філософії визначає знак як елемент структури знакової системи; інші напрямки філософії під знаком розуміють будь-який об'єкт, що володіє значенням [10, с. 142].

Графічні дизайнери розробляють логотипи і товарні знаки в процесі роботи зі створення фірмового стилю. Це може бути, як повна комплексна розробка всіх численних складових, так і окремої базової частини (знаки, документація, реклама). При цьому дизайнер використовує систему дизайн-засобів: художніх, матеріалознавчих і технологічних. Це знання і вміння з галузі художньої грамоти, композиції, кольорознавства, формоутворення. Знання матеріалів – носіїв інформації, знання технології виробництва кінцевого графічного продукту. До цієї системи можна віднести і семіотичні дизайн-засоби, основою яких є ресурси і процес кодування інформації. З теорії інформатики «кодування» – це вираження інформації у видозміненій формі, а «код» розглядається як сукупність знаків і умов їх застосування і поєднання для відображення різноманітного змісту, наявного в словах, фразах або числах. Як приклад розглядається порядок букв в тексті, цифр в числі, генетичний код, двійковий комп'ютерний код та інші приклади кодів. Інформація у видозміненій формі через призму візуальних образів властива і для сфер суспільного життя в певному середовищі і певного роду активності (код політики, код бізнесу, код освіти, код інтелігенції, код одягу та ін.) [9].

Розгляд будь-якої знакової системи реалізується в семіотиці в розчленуванні структурного її розуміння на три аспекти – синтаксис, семантику і прагматику [8].

Знак завжди конкретний, символ багатозначний. Л. І. Тимофєєв визначає символ як предметний або словесний знак, який умовно виражає сутність явища з певної позиції, яка і визначає характер, якість символу (революційного, реакційного, релігійного та ін.). В основі своїй символ завжди має переносне значення. Важливе значення символу він пов'язує з природою образу, підкреслюючи, що всякий образ є умовним і символічним, тому що в одиничному втілює загальне [12].

Видатний психолог і педагог Л. С. Виготський писав про те, що історичний розвиток людської цивілізації – це процес вдосконалення різного роду знарядь, в тому числі і «допоміжних засобів мислення і поведінки», якими є різні знаково-символічні системи. Він стверджував, що «думка не виражається в слові (тобто в знаку), вона відбувається в слові. Л. С. Виготський визначав знак, як штучно створений людиною умовний стимул, який є засобом оволодіння поведінкою – чужою чи власною [2]. Тобто знаки візуального мовлення, як і слова, є засобом абстрагованої розумової діяльності і спілкування людей. Але при цьому, на відміну від слів, знакові візуальні уявлення, поняття і судження відображають об'єктивну дійсність.

У поліфункціональній системі мовлення створюється, зберігається і передається інформація. Носієм інформації в повідомленні виступають знаки, з яких побудовано повідомлення. Знак складається з того, що означає, тобто «що означає», і того, що означається, яке включає денотат, десигнат і коннотат.

Поняття «знак» об'єднує в собі сукупність предмету форми і інформації про нього. Слід уточнити, що мова йде не про певний предмет або явище, а про його типовий, збірний образ. Цей типовий образ називається денотатом. Зі своїми знаковими формами денотат зв'язуються за допомогою стійких асоціацій, при цьому в думках уловлюються їх відповідні знаки. Ці асоціації, які пов'язують форму з денотатом і є не чим іншим, як значенням знака – його відображенням у вигляді сукупності властивих йому ознак, які об'єднують знак з його формою.

Будь-який твір графічного дизайну (будь-яка візуальна композиція) є знаком або сукупністю знаків, тобто графічним втіленням одиничних символів або їх поєднань. Поняття графічного знака має відношення лише до графічних форм знаків і не зачіпає галузь знаково-інформаційного функціонування інших штучних систем.

У кібернетиці зазвичай не розглядаються філософські, психологічні та семіотичні аспекти знаків. Тут мова йде про збір, кодування, передачу, зберігання, сприйняття і переробку інформації, яка розуміється, як цифрова організація, математична статистика, необхідна для правильної орієнтації.

Ч. Морріс, розглядаючи проблеми співвідношення знака та поведінки, вважав, що знаки – це джерела цілеспрямованої поведінки, які керують людиною протягом усього життя [6].

А. Ф. Лосєв стверджував, що мовний знак, як інструмент «знакового мислення», «обов'язково детермінований» [4, с. 39]. Для сучасної теорії і практики графічного дизайну розуміння А. Ф. Лосєва представляється більш продуктивним, оскільки він розглядав це питання не тільки з формальної позиції лінійної математичної логіки, але в складному комплексі зв'язків живих мовленнєвих форм, що існують в «слові, в художньому творі, в побуті, міфології, релігії, культурі, і взагалі у всій людській історії» [4, с. 40].

При цьому він бачив в знаку не «механічний зв'язок» того, що означає, і означуваного, але їх творчу переробку, яка має «за мету розширювати наше пізнання світу і поглиблювати людські відносини» [4, с. 40]. Детально розглядаючи всі акти,

«необхідні для отримання знака», він об'єднує їх в «єдиний і нероздільний смисловий акт», називаючи його «семантичним актом» [4, с. 41].

Висновки

Будь-який твір дизайн-графіки призначений в першу чергу для вирішення того чи іншого комунікативного завдання і, відповідно, в діяльності дизайнера-графіка основне значення має його комунікативний аспект. Перетворюючи задану інформацію (в широкому сенсі слова) в графічні знаки і образи і проектуючи тим самим засоби візуального спілкування, дизайнер виступає в ролі візуального комунікатора.

Семантика визначає взаємозв'язок графічного знака, образотворчих графічних елементів і понять, які позначається ними, а так само принципи їх смислової взаємодії. В основі семантики лежить психологічний вплив геометричної форми предмета на людину, коли форма являє собою єдине ціле і коли єдина форм предмета утворена шляхом поєднання, з'єднання двох і більше елементів.

Для розуміння знака як предмета проектування в графічному дизайні представляється дуже цінним будь-який з підходів до розгляду цього феномену. Галузь сучасного графічного дизайну, як і семіотика, знаходиться в складних міждисциплінарних відносинах, і виявляє велику кількість перетинів з усіма перерахованими вище дисциплінами в теорії і на практиці.

Багатьма практиками сучасного графічного дизайну домінанта нових технологій розуміється його найважливішою рисою. Комп'ютерні технології є одночасно і інструментом, і об'єктом творчості для переважної більшості дизайнерів. У цієї галузі сконцетрований основний обсяг проектних розробок, як в розрізі робочих засобів, так і в розрізі кінцевого продукту. Саме тут, завдяки величезній кількості задіяних осіб і небувалій швидкості обміну інформацією (іноді забезпечується миттєвий зворотний зв'язок між джерелом і споживачем повідомлень), зараз інтенсивно відбуваються процеси розвитку візуального мовлення, його лексики та нормативів.

У зв'язку з максимальною концентрацією знаків комунікації в інтерактивному середовищі з'являються проблеми їх проектування: естетично-функціональні, пов'язані з семантичними особливостями, проектуванням візуального образу, його подальшою ідентифікацією і можливістю виділення; технічні й т. ін.

Перспективами подальшого дослідження ми вважаємо визначення семантичних відмінностей графічного знаку в контексті розширення комунікаційного простору, що

призводить до нашарування понять і визначень знаків, кількісно збільшує ситуації їх використання, а культурний та технічний розвиток формує їх графічну форму подачі.

Знаки інтерактивного середовища електронної комунікації стали знаками унікального простору, що володіє нескінченною глибиною і не має часових і фактичних матеріальних кордонів (за винятком екранної площі). Можливості комп'ютера та Інтернету (головного ресурсу електронної комунікації) сформували знаки, які можливо використовувати не тільки в певний момент часу і місці, як знаки на площині і в 3D просторі, а й застосовувати їх, нехтуючи територіальними, вербальними, релігійними і культурними кордонами.

Список використаних джерел

1. Антонов А. В. Знак, значення, смисл. Психологічне дослідження. – К.: Т-во «Знання», 2016. – 365 с.
2. Выготский Л. С. Развитие высших психических функций. – М.: Смысл, 2005. – 499 с.
3. Куленко М. Я. Основы графического дизайна: учебник. – К.: Кондор, 2006. – 492 с.
4. Лосев А. Ф. Знак. Символ. Миф. – М.: Книга по Требованию, 2012. – 480 с.
5. Лотман Ю. М. Семиотическое пространство / Семиотика. Хрестоматия. – М.: Изд-во Ипполитова, 2005. – 867 с.
6. Моррис Ч. У. Основания теории знаков. Семиотика. – М.: Академический проект. Екатеринбург: Деловая книга, 2001. – С. 45-95.
7. Победін В. О. Знаки в графічному дизайні. – Харків: Ранок, 2019. – 96 с.
8. Романовський В. Г. Проблеми комунікативності в сучасному дизайні / Регіональні архітектурно-художні школи. – 2012. – № 1. – С. 41-44.
9. Салмін Л. Ю. Візуальні комунікації. Нова реальність /

References

1. Antonov, A. (2016). *Znak, znachennya, smisl. Psihologichne doslidzhennya* [Sign, meaning, sense. Psychological research]. Kyiv [in Ukrainian].
2. Vyigotskiy, L. (2005). *Razvitie vyisshih psichicheskikh funktsiy* [Development of higher mental functions]. Moscow [in Russian].
3. Kulenko, M. (2006). *Osnovi grafichnogo dizaynu* [Graphic design basics]. Kyiv Kondor [in Ukrainian].
4. Losev, A. (2012). *Znak. Simvol. Mif.* [Sign. Symbol. Myth]. Kniga po Trebovaniyu Moscow [in Russian].
5. Lotman, Yu. (2005). *Semioticheskoe prostranstvo* [Semiotic space]. Izd-vo Ippolitova. Moscow [in Russian].
6. Morris, Ch. (2001). *Osnovaniya teorii znakov. Semiotika* [Foundations of the theory of signs. Semiotics]. Akademicheskij proekt. Ekaterinburg 45-95 Moscow [in Russian].
7. Pobedin, V. (2019). *Znaki v grafichnomu dizayni* [Signs in graphic design]. Harkiv [in Ukrainian].
8. Romanovskiy, V. (2012). *Problemi komunikativnosti v suchasnomu dizayni. regionalni arhitekturno-hudozhni shkoli* [Community problems in contemporary design / Regional architectural and art schools]. 1. 41-44 Kyiv [in Ukrainian].
9. Salmin, L. (2016). *Vizualni komunikatsiyi. Nova realnist / Arhitekton: izvestiya vuziv* [Visual communications. New reality /

- | | |
|--|---|
| <p>Архитектон: известия вузів. – 2016. – № 56. – С. 61-70.</p> <p>10. Усманов А. Р. Умберто Эко: парадоксы интерпретации. – Мн.: «Пропилеи», 2000. – 279 с.</p> <p>11. Хмельовський О. М. Графічний дизайн: навч. посібник. – Луцьк: Терен, 2018. – 160 с.</p> <p>12. Kull K., Maran T. Journals of Semiotics in the World // Sign Systems Studies. – 2013. – Vol. 41 (1). – P. 140-145.</p> | <p>Architect: news of universities]. 56. 61-70 Moscow [in Russian].</p> <p>10. Usmanov, A. (2000). <i>Umberto Eco: paradoksyi interpretatsii</i> [Umberto Eco: paradoxes of interpretation]. Minsk [in Russian].</p> <p>11. Hmelovskiy, O. (2018). <i>Grafichniy dizayn: navch. posibnik</i> [Graphic design: textbook. Manual]. Lutsk [in Ukrainian].</p> <p>12. Kull, K., Maran, T. (2013). <i>Journals of Semiotics in the World. Sign Systems Studies</i>. 41 (1). 140-145.</p> |
|--|---|

Solodka DariaORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8365-8291>solodkadasha@gmail.comKyiv National University of
Technologies and Design**Strekalova Elena**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2794-3434>super.holybible@gmail.comKyiv National University of
Technologies and Design**Hovhannisyan Solomiya**ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7295-5047>solomiamysak@icloud.comKyiv National University of
Technologies and Design**Семантические различия графического знака****Солодка Д. А., Стрекалова Е. Е., Оганесян С. В.***Киевский национальный университет технологий и дизайна*

Цель. Определение значения семантических различий термина «графический знак» в контексте различных научных подходов для решения коммуникативных проблем современного графического дизайна.

Методика. Базируется на системном подходе. В процессе исследования был использован метод систематизации и аналитический метод; типологический метод; метод абстрагирования; метод экстраполяции.

Результаты. Исследована семиотика как наука о знаках и знаковых системах. Сформулирована типологизация графических знаков. Определены различия в употреблении терминов, ареал значение которых позволяет рассматривать их синонимами понятия «графический знак».

Научная новизна. Проведен сравнительный анализ семантических различий термина «графический знак» с позиции различных научных подходов в условиях роста требований к визуальной культуре. Впервые получили теоретическое и практическое обоснование семантические различия графического знака.

Практическая значимость. Определено принципиально новое направление в теории и практике графического дизайна – изучение среды «семантический образ – графический знак – человек».

Ключевые слова: графический дизайн, графический знак, семиотика, знаковая система, код, кодирования

Semantic differences of a graphic sign***Solodka D. A., Strekalova E. E., Hovhannisyan S. V.****Kiev National University of Technology and Design*

Purpose. Revealing the meaning of semantic differences of the term «graphic sign» in the context of various scientific approaches for solving communication problems of modern graphic design.

Methodology. Based on a systematic approach. In the course of the research, a systematization method and an analytical method were used; typological method; abstraction method; extrapolation method.

Finding. Semiotics is studied as a science of signs and sign systems. The current typology of graphic signs. The revealed differences in the use of terms, the range of meaning of which allows us to consider them as synonyms of the concept of «graphic sign».

Originality. A comparative analysis of the semantic differences of the term «graphic sign» from the standpoint of various scientific approaches in the context of the growing requirements for visual culture. For the first time, we received the theoretical and practical substantiation of semantic differences of a graphic sign.

Practical value. The designation of a fundamentally new direction in the theory and practice of graphic design, the study of the environment «semantic image – graphic sign – person».

Keywords: graphic design, graphic sign, semiotics, sign system, the code, coding