

## О СТИЛИЗАЦИИ ЗНАКОВЫХ СИСТЕМ

**Иваненко Т. А.**, кандидат искусствоведения,  
доцент кафедры графического дизайна

Харьковская государственная академия дизайна и искусств

**Аннотация.** В статье рассматриваются приемы стилизации знаковых систем. Рассмотрен механизм обобщения формы различных знаковых объектов. Исследовано влияние ситуативной графики на сознательное использование знаковых девиаций в контексте шрифтовой культуры.

**Ключевые слова:** стилизация, знаковые системы, акцидентный шрифт, ситуативная графика, знаковые девиации.

**Анотація.** **Иваненко Т. О. О стилизації знакових систем.** У статті розглядаються засоби стилизації знакових систем. Розглянуто механізм узагальнення форми різних знакових об'єктів. Досліджено вплив ситуативної графіки на свідоме використання знакових девіацій у контексті шрифтової культури.

**Ключові слова:** стилизація, знакові системи, акцидентний шрифт, ситуативна графіка, знакові девіації.

**Annotation.** **Ivanenko T. About stylization of the sign systems.** The article is devoted to the analysis of stylization of the sign systems. The main points is the considered mechanism of different sign objects forms. The research concerning situation graphic forms and their influence on conscious use of sign irregular directions in context of the font culture has been done.

**Key words:** stylization, sign systems, accidental font, situation graphic forms, sign abnormal directions.

**Постановка проблемы. Определение цели работы.** Знаковыми системами в природе и обществе занимается наука семиотика. Любое из средств дизайна будь то рисунок, модель, макет, можно рассматривать как систему знаков или семиотических единиц.

Наше время характеризуется созданием искусственной, виртуальной реальности, которая понимается как формирование коммуникативных и информационных сетей, делающих образ, изображение, знак более наглядным, осязаемым и реальным. В отличие от того, что в них обозначается или отображается. Изображение становится важнее текста, образ – существеннее смысла. Отсюда особую значимость обретают ассоциативные, *стилизованные*, «мыслеобразные» высказывания.

Именно визуальные коммуникации становятся на сегодняшний день общественной функцией освоения мира. Коммуникативные процессы в обществе активно развиваются, вследствие чего важнейшим средством формирования среды обитания современного человека становится *дизайн*.

Собственно графический дизайн оперирует, «распоряжается» системами знаков визуальной коммуникации (например, иконический знак и знак-индекс). При этом знаковые системы должны быть непосредственно воспринимаемыми и модифицируемыми, также, как в шрифтовом дизайне.

Таким образом, **целью статьи** является анализ стилизации знаковых систем в контексте шрифтовой культуры.

Статья выполнена в соответствии с планом НИР ХГАДИ.

### **Изложение основного материала.**

На выбор дизайнером тематики акцидентного шрифта существенное влияние оказывают тенденции моды на стилистические особенности, например, модерна, конструктивизма. Как правило, для шрифтовой стилизации служат в первую очередь памятники истории. Многие практики стилизации широко используют ранее не введенный в оборот исторический материал, начиная с эллинского периода античности (рис. 1). Для разных эпох характерны свои стилистические признаки.

Один из способов подачи информации – воссоздание признаков времени, о котором идет речь. Как указывает дизайнер шрифта А. Королькова, «ошибкой в таких случаях становится неумеренная стилизация, чрезмерное внимание к мелким деталям в ущерб общей форме и функциональному решению. Создавать нужную среду лучше современными средствами [4, с. 28].

Стилизации различных видов письма востребованы в рекламно-издательской практике. Акцидентные возможности шрифтовых стилизаций такого типа во многом основываются на аллюзиях, увязываемых с благородной древностью [5]. Стилизация обусловила применение этого вида шрифтов и для упаковки, и в дизайне этикеток. Кроме того, подобные гарнитуры применяются в соответствующем контексте в компьютерных играх. Следует отметить, что кириллические шрифты этой категории практически отсутствуют.

Все большую актуальность приобретает стилизация собственно акцидентного шрифта. Ведь каждый новый шрифт создается художником именно для удовлетворения изменяющихся потребностей художественной культуры. Стилизация в данном случае выступает как способ подчинения выразительности шрифта задачам раскрытия содержания, его стилевой характеристики, национального или исторического колорита. Можно утверждать, что шрифтом подчеркивается *стилевой* характер текста. Главная особенность стилизации, как отмечает теоретик украинского дизайна В. Даниленко, заключается в эстетической организации внешнего вида, придании ... определенного стилевого характера [1]. Совершенно очевидно,

# ESCUELA DE NAVEGA

Рис.1. Шрифт А. Аугсбург

что стилизация гарнитуры обуславливает определенные контекстные ограничения на ее применение, что характерно для очень многих акцидентных шрифтов.

В дизайне стилизация является соединением изображаемых фигур и предметов с помощью условных приемов. Например, через обобщение, цель которого – сделать аналог наиболее понятным для зрителя, а также облегчить его выполнение для художника. Обобщение заменяет реальный, привычный образ новым, в котором акцентируется характерное, чтобы придать аналогу максимальную выразительность. При этом обобщение может сочетаться с добавлениями, преследующими ту же цель. Например, на рис. 2 за исходный объект взята кованая вывеска над аптекой (г. Харьков). Путем обобщения изображения и стилизации шрифта получена ясная конечная форма, отвечающая поставленным задачам. Этот процесс можно сравнить с «вторичным творчеством» – осуществляя стилизацию, дизайнер из «исходника» создает свое и только свое законченное целостное произведение. На рис. 3 представлена стилизованная деталь архитектурного объекта с вписанным в нее шрифтом, предельно адаптированным к общей стилистике здания (г. Харьков). Графическим приемом стилистики является стилизация, которая в данном случае выступает как прием достижения условности с целью выявления из множества признаков наиболее важной для характеристики знаковой формы.

Стилизация побуждает дизайнера адаптироваться к законам, которые предписывает избранная тема. Однако подчеркнуто стилизованные шрифты не дают возможности применять их в качестве текстовых, они неизбежно переходят в ранг акцидентных. Это вполне понятно: *акцидентный* шрифт создается именно с целью формирования самостоятельного художественного образа, в то время как наборной практически исключает дополнительные ассоциативные образы.

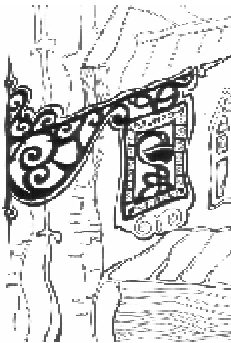


Рис.2. Студенческая работа.  
ХДАДМ, 2008 г.

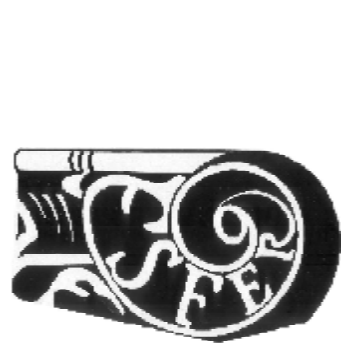


Рис.3. Студенческая  
работа. ХДАДМ, 2008 г.

Рис. 4. Стилизованная надпись к спектаклю «Три мушкетера»



Акцидентный шрифт можно сравнить с иконописью – жесткие каноны (в нашем случае – графема буквы) с одной стороны, и множество вариаций реализации формы с другой. Специфика акцидентного шрифта – в его аллюзиях, многозначности, в «*смысленности*». Он существует в чем-то и благодаря чему-то. Это нечто изменчивое, ситуативное, насыщенное полифонией смыслов. Такой шрифт начинает «звучать» лишь в однозначном применении, в адекватной среде. Он впитывает дух времени, адаптируется к переменам, можно даже сказать, реагирует на конкретного заказчика. Иными словами, форму реализации и диктует *ситуация*.

Как указывалось нами ранее, развитие коммуникационных процессов привело к всеобщему признанию идеи относительности, когда все определяется мгновенными, индивидуальными, интуитивными и зависящими от каждой *ситуации* решениями [3]. В сфере графического дизайна шрифт, несмотря на жесткое ограничение графемами, является наиболее пластичным элементом визуальной коммуникации. Он может разрабатываться полностью для каждого отдельного случая, либо в виде одноразовой надписи. В качестве примера можно представить рекламную афишу предстоящего спектакля в пражском метро (рис. 4).

Буквы этой надписи перекликаются с орнаментальным началом в эфесах шпага. Заметим, что на базе применения более сложной техники, основанной на орнаменте, могут быть получены довольно эффектные акцидентные шрифты. Подходы при этом возможны различные: орнаментальные элементы размещаются внутри контура букв (наиболее простое решение), осуществляется дробление контуров, либо происходит орнаментализация всего набора знаков, включая пробельные элементы. Возможности стилизации орнамента позволяют создавать шрифтовые конструкции, политипажные элементы, применяющиеся в самом широком прикладном контексте, в рекламе, для оформления упаковки.

Отказываясь от воспроизведения привычной формы букв, дизайнер получает возможность привлечь к шрифту внимание. Как замечает А. Королькова, «если форма непривычна для человека, то он поневоле



Рис. 5. Графическая шутка В. Чайки.

сосредотачивается на ней, а не на содержании текста» [4, с. 43]. Непривычная подача текста воспринимается как текст-образ.

В рекламе подобным ходом может быть использование акцента в конкретном слове. Тем более что при современном восприятии слова на первое место ставится именно визуальная форма, которая подчеркивает его смысл. В частности,

стилизация одной буквы может подчеркнуть символизм всего слова или рекламного текста. Наиболее часто в качестве такого параграфемного компонента выступает буква «О». В наружной рекламе мы можем ее наблюдать в виде колеса машины (автосалон), локона (парикмахерская), зрачка (оптика), солнца (солярий) и т.п. Подобных образцов множество. Другим примером акцентировки внимания служат графико-орфографические «варваризмы», упрощенчества, которые мы предлагаем именовать термином «знаковые девиации» [2]. Это и замена кириллических букв на латинские (весьма популярен прием замены «З» на «Z»), и переворачивание букв на 180°, отзеркаливание, написание имен и/или фамилий авторов со строчной буквы. Даже сознательное нарушение грамматики. Среди молодежи популярен прием замены буквы «ч» на цифру 4 при написании СМС-сообщений. Таким образом поддерживается возникающая мода на *девиантное* поведение при создании *знаковых конструкций*.

Сюда же можно отнести и графические шутки, и определенные рекламные ходы (например, известна работа В. Чайки «ЛубаНет» по мотивам графического рисунка логотипа «CocaCola», рис. 5).

Этот эффект происходит вследствие привычности восприятия нами текста. Ожидая в контексте вполне определенное слово, человек и увидит его, но перепутает, так как слово может быть по форме похожим, но совершенно иным по смыслу. Как мы знаем, мозг человека улавливает смысл сочетания букв раньше, чем считывает их формы в отдельности.

**Выводы.** Как следует из предыдущего изложения, форма шрифта, его графические особенности обогащаются в процессе развития. То, что мы наблюдаем в шрифте сегодня, есть ни что иное, как момент развития. Но, скорее, в рамках современного «шоу-арта». Стилизация шрифта в «духе времени» впечатляет воспринимающего текст самыми разнообразными, порой непредсказуемыми эффектами, создает атмосферу погружения в иную реальность. Визуальная форма доминирует, человек погружается в контекст, заданный культурой.

*Дальнейшая* разработка этой темы возможна путем расширения знаковых систем как объектов стилизации.

**Литература:**

1. Даниленко В. Я. Основы дизайна: Навч. посіб. – К.: ІЗМН, 1996. – 92 с.
2. Иваненко Т. А. Знаковые девиации и культура // Наука і соціальні проблеми суспільства: освіта, культура, духовність: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, 20-21 травня 2008 р., у 2-х ч.; ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. – Харків, 2008. – Ч.2.- С. 46–48.
3. Иваненко Т. А. Концепция ситуативной графики // Наукова конференція професорсько-викладацького складу ХДАДМ за підсумками роботи у 2007/2008 н.р., 12-17 травня 2008 р./ збірник матеріалів. – Харків: ХДАДМ, 2008. – С. 59–61.
4. Королькова А. Живая типографика. – М.: Index Market, 2008. – 224 с.
5. Чуфаровский В. Прикладная акциденция по античным темам — излишество, анахронизм или потребность? – <http://www.compuart.ru/>

*Надійшла до редакції 6.04.2009*