Либерально-демократические ценности / Journal of liberal democratic values https://liberal-journal.ru

2022, №2 Том 6 / 2022, No 2, Vol 6 https://liberal-journal.ru/issue-2-2022.html

URL статьи: https://liberal-journal.ru/PDF/10KLLD222.pdf

Ссылка для цитирования этой статьи:
Петушкова, Т. А. Семиотический аспект праздничной атрибутики в графическом дизайне / Т. А. Петушкова, В. Р. Абдуллин // Либерально-демократические ценности. — 2022. — Т. 6. — № 2. — URL: https://liberal-journal.ru/PDF/10KLLD222.pdf

For citation:
Petushkova T.A., Abdullin V.R. The semiotic aspect of holiday paraphernalia in graphic design. *World of Science. Pedagogy and psychology*, 6(2): 10KLLD222. Available at: https://liberal-journal.ru/PDF/10KLLD222.pdf. (In Russ., abstract in Eng.).

УДК 7.048

Петушкова Татьяна Анатольевна
НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия
Доцент кафедры «Цивилизационного дизайна»
Кандидат искусствоведения
E-mail: tapetushkova01@gmail.com

Абдуллин Вагиз Рустамович
НАНО ВО «Институт мировых цивилизаций», Москва, Россия
Магистрант кафедры «Цивилизационного дизайна»
E-mail: conformdin@mail.ru

Семиотический аспект праздничной атрибутики в графическом дизайне

Аннотация. При разработке плакатов для различных праздничных, юбилейных или иных массовых мероприятий дизайнеры как правило, опираются на существующую шаблонную базу визуальных образов. Данный метод обусловлен так же стереотипным восприятием праздников и традициями их проведения. Современные тенденции и условия рынка диктуют новые требования к графическим составляющим, а переизбыток информации в современной городской среде приводит к понижению зрительного восприятия, что обостряет проблему переосмысления дизайнерской практики в данном сегменте дизайна. Не смотря на развитие коммуникационных систем, со временем может потребоваться адаптация дизайна к современным реалиям. С развитием технологий так же меняется социальная структура в обществе, особенности получения и обмена информации.

В статье разбираются основные аспекты организации композиционного пространства в исследуемом сегменте рекламной и агитационной пропаганды, особенности восприятия различных форм и образов, их воздействие на зрителя, методы компоновки и адаптации праздничной символики для крупноформатных дизайн-форм с учетом современных тенденций и специфики современного коммуникационного поля.

Ключевые слова: плакат; юбилейный плакат; социальный плакат; символы и значения; семантика в дизайне; семиотика

Первые праздничные и социальные плакаты на территории современной Российской федерации, развивались в условиях ограниченных способов ретрансляции информации, а соответственно, могли быть избыточно детализированными, содержать больше вербальной

составляющей (текстовых блоков) (рис. 1). Так же, в оформлении основной упор делался на аналоговые методы, существующую атрибутику. Афиши как разновидность рекламных плакатов носили декоративный характер. С появлением новых технологических и быстрых методов проектирования и производства печатной продукции, с развитием дизайнерской школы, плакаты, как емкий способ ретрансляции информации, заняли отдельную нишу в коммуникационном поле современного социума. В дальнейшем, развитие новых тенденций в дизайне не приведут к падению популярности плаката. Он останется доступным и эффективным средством распространения информации благодаря формату и простоте размещения.

Рисунок 1. *Плакаты Российской империи*

В современном дизайне с повышением конкуренции во всех сферах, на первый план выходит точное определение стилевых решений. Построение знаковых систем, композиции, шрифтовых конструкций с учетом эффекта воздействия и психологию зрителя, имеет принципиальное значение.

Семиотика, или семиология (греч. «знак; признак») — общая теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем [3]. На рисунке 3 показана схема структурных подсистем комплексного рассмотрения знаковых форм.

Рисунок 2. *Схема структурных подсистем комплексного рассмотрения знаковых форм*

Семиотическое восприятие [4] определяет отношение современного человека к потребляемой информации. Ускорение ритма жизни, заставляет человека все более поверхностно воспринимать образы, текст, видео и звуковую информацию.

Знаковые системы в первую очередь строятся на простейших базовых геометрических формах показанных на рисунке 3.

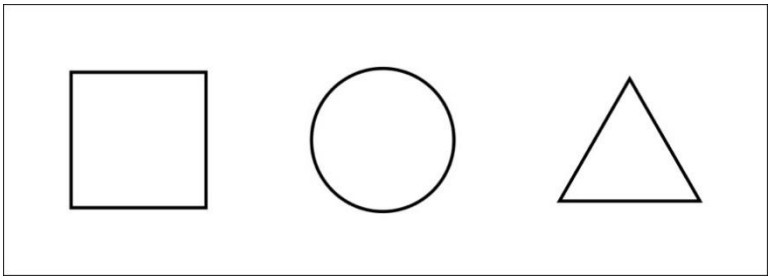


Рисунок 3. *Базовые формы знаковых систем*

В дальнейшем развитии базовые формы составляют знаки и символы. Оставаясь при этом в рамках базовых форм и тяготея к их смысловому значению. Все приближенное к квадратной или прямоугольной форме ассоциируется с устойчивостью, надежностью. Символически это придает архитектурное значение, переходит в формы куба, многогранника. Круглые, овальные формы придают большую подвижность, концентрацию. Круг в символьном значении представляет землю, мир, объединение понятий и смыслов. Это представляется наиболее универсальной формой из всех. Треугольные формы придают значения дисбаланса, агрессии, направления. Это активно используется в промышленном дизайне.

Большое значение так же имеют природные символы животных, птиц, насекомых и растений [4; 6]. Данная символика имеет глубокое значение, связанное с историческим, социальным, культурным аспектом жизнедеятельности человека. Учитывая данные особенности при разработке дизайна плаката, становится возможным повысить эффективность

восприятия графической состовляющей, «цеплять» зрителя. Мысленно человек переносит свойства видимого образа на его изображение. В таблице 1 рассмотрены природные формы и их использование в дизайне графических образоемких знаковых форм.

Таблица 1

Графические знаки сочетающие природные и культурные особенности

Референс	Образ, символ

Издательство «Мир науки» \ Publishing company «World of science» http://izd-mn.com

В контексте восприятия глаз в первую очередь считывает простые формы, лишь потом воспринимая цветовую информацию. Это определяет синтактическое построение композиции. Сочетания форм в объединении, комплиментарности, и наоборот контрасте, противопоставлении дает возможность найти наиболее оптимальные решения.

Добиться наибольшего попадания в целевую аудиторию, позволяет использование графического языка, наиболее близкого данной группе. В разработке юбилейных плакатов наиболее характерно использовать традиционные символы, как особенность этнокультурного паттерна. Новый взгляд на дизайн в данной сфере может помочь привлечь новые возрастные группы. Необходимо так же учесть двойственные толкования для многих современных символов.

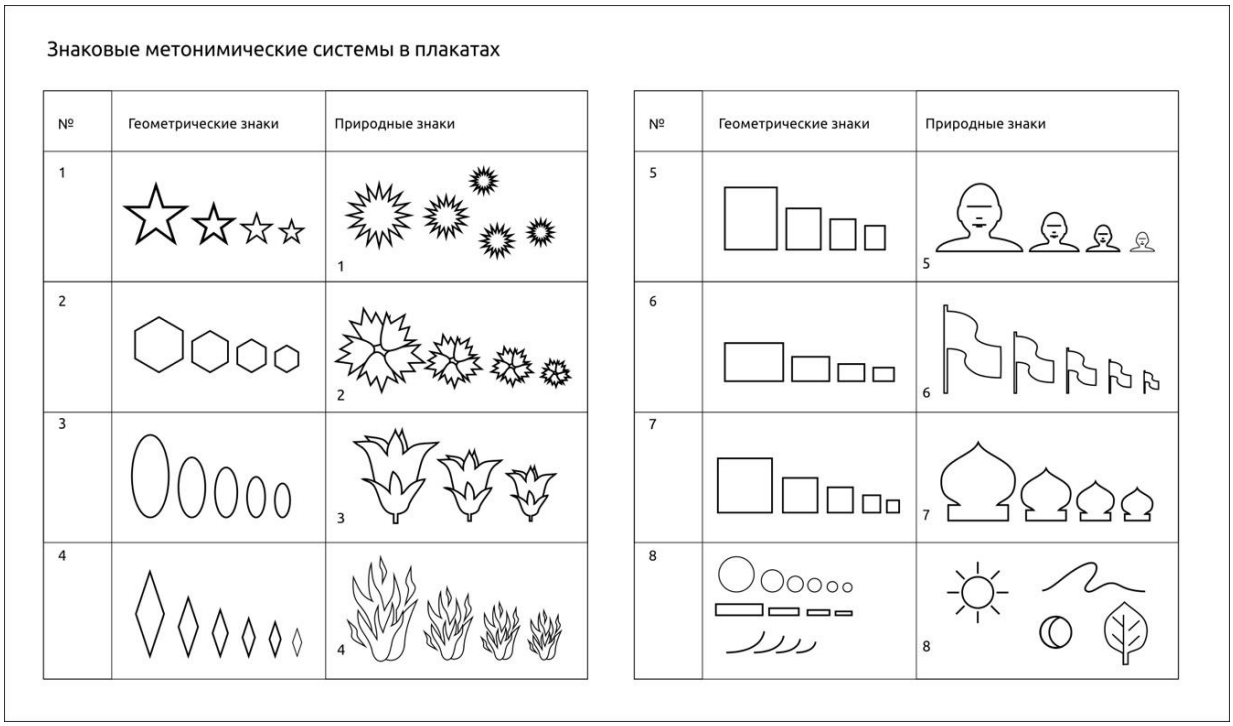
Относительно плакатного дизайна, использование национальной символики, национальных узоров и праздничных украшений позволяет разработать высококачественный продукт.

Наиболее привлекательным и понятным символом является упрощенное, стилизованное решение. В дизайне плакатов это может отлично сочетаться с использованием рисунков, фотографий.

В рамках исследования были систематизированы основные знаковые системы в праздничном плакате.

Таблица 2

Знаковые системы праздничного плаката



Таким образом, в дизайне праздничного плаката используются следующие мтоды:

- бионический метод, заключающийся в изучении и анализе структуры и функции конкретных биологических объектов, как источника эргономичной и эстетичной формы объекта;
- метод аналогии, заключающийся в заимствовании по аналогии метода решения поставленной задачи. При этом методе на основе интерпретации творческого источника, взятого из разных сфер окружающей среды (природа, архитектура,

национальный костюм), путем его трансформации осуществляется проектное решение;

- метод деконструкции, который заключается в новом подходе к формообразованию и представляющий собой свободное манипулирование формой [8].

Достигаются необходимые образы с учетом меняющихся условий времени, трендами и исходя из контекстных требований.

Вывод

В результате проведенного исследования были получены следующие выводы:

- Плакатный дизайн является актуальным в современном информационном обществе.
- Семантическое влияние образов и символов имеет высокое значение на зрителя.
- Современный плакат использует весь спектр дизайнерских решений для полиграфической продукции.
- Современные способы разработки дизайна применимы и в разработке дизайна плакатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Лепихов, Ю.Н. Способ выделения структурных элементов графических изображений / Ю.Н. Лепихов, И.В. Пивоваров // Труды международного симпозиума "Надежность и качество". — 2005. — Т. 1. — С. 213–216.
2. Чернов, А.И. Человек в цифровом мире: pro et contra / А.И. Чернов, О.В. Пастушкова // Студент и наука. — 2021. — № 2(17). — С. 12–15.
3. Петушкова, Т.А. Дизайн визуально-графических коммуникаций модных брендов: специальность 17.00.06 "Техническая эстетика и дизайн": диссертация на соискание ученой степени кандидата искусствоведения / Петушкова Татьяна Анатольевна. — Москва, 2020. — 372 с.
4. Хоменко, О.В. Семиотика дизайна: дизайн как средство коммуникации / ОВ. Хоменко // Знак: проблемное поле медиаобразования. — 2018. — № 1(27). — С. 184–193.
5. Иванова, Е. А. Использование семиотических моделей и символов в дизайне рекламы / Е.А. Иванова // Вестник Оренбургского государственного университета. — 2007. — № S(76). — С. 134–139.
6. Смирнова, Д.С. Семиотика в дизайне / Д.С. Смирнова, К.В. Полейко // Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры XXI века (ДИСК-2016) : сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей : Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Московский государственный университет дизайна и технологии", 2016. — С. 114–118.

7. Ухова, Л.В. Эффективность рекламного текста / Л.В. Ухова; Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. — Ярославль: Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, 2012. — 375 с. — ISBN 978-5-87555-848-1.

8. Копытенкова, О.С. Исследование нетрадиционных методов творчества, применяемых при проектировании объектов искусства и дизайна / О.С. Копытенкова, Е.А. Заболотская // Дизайн и искусство — стратегия проектной культуры XXI века (ДИСК-2016 : сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Московский государственный университет дизайна и технологии", 2016. — С. 128–130.

Petushkova Tat′yana Anatol′evna
Institute of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: tapetushkova01@gmail.com

Abdullin Vagiz Rustamovich
Institute of World Civilizations, Moscow, Russia
E-mail: conformdin@mail.ru

The semiotic aspect of holiday paraphernalia in graphic design

Abstract. When developing posters for various festive, anniversary or other mass events, designers usually rely on the existing template base of visual images. This method is also due to the stereotypical perception of holidays and the traditions of their holding. Modern trends and market conditions dictate new requirements for graphic components, and an overabundance of information in a modern urban environment leads to a decrease in visual perception, which exacerbates the problem of rethinking design practice in this segment of design. Despite the development of communication systems, over time it may be necessary to adapt the design to modern realities. With the development of technology, the social structure in society, the peculiarities of obtaining and exchanging information are also changing.

The article examines the main aspects of the organization of the compositional space in the studied segment of advertising and propaganda propaganda, the peculiarities of perception of various forms and images, their impact on the viewer, methods of layout and adaptation of festive symbols for large-format design forms, taking into account modern trends and the specifics of the modern communication field.

Keywords: poster; anniversary poster; social poster; symbols and meanings; semantics in design; semiotics