



005051918

*На правах рукописи*

*И. Пакшина*

**Пакшина Ираида Адольфовна**

**СЕМИОТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ТИПОГРАФИКИ  
КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА**

Специальность 24.00.01 – Теория и история культуры

Автореферат

диссертации на соискание ученой степени

кандидата культурологини

18 АПР 2013

Саранск

2013

Работа выполнена на кафедре дизайна и рекламы ФГБОУ ВПО  
«Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарёва»

**Научный руководитель** доктор философских наук профессор  
**Спиротина Ирина Львовна**

**Официальные оппоненты:** **Бурлина Елена Яковлевна**  
доктор философских наук, профессор,  
заведующий кафедрой философии и  
культурологии ГБОУ ВПО  
«Самарский государственный  
медицинский университет  
Министерства здравоохранения  
Российской Федерации»

**Агеева Галина Михайловна**  
кандидат культурологии, доцент,  
доцент кафедры библиотечно-  
информационных ресурсов  
ФГБОУ ВПО «Мордовский  
государственный университет  
им. Н. П. Огарёва»

**Ведущая организация** ФГБОУ ВПО «Мордовский  
государственный педагогический  
институт имени М. Е. Евсевьева»

Защита состоится 27 марта 2013 г. в 11.30 часов на заседании  
диссертационного совета Д 212.117.10 при Мордовском государственном  
университете имени Н. П. Огарева по адресу: 430005, Республика Мордовия,  
г. Саранск, ул. Полежаева, 44, корп. 3, ауд. 423.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке  
им. М. М. Бахтина ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный университет  
им. Н. П. Огарёва».

Автореферат разослан « 27 » февраля 2013 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Ю. В. Кузнецова

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность исследования.** Современная культура характеризуется постоянно возрастающим объемом информации при одновременном увеличении доли изобразительных средств, используемых для визуализации смысла, что вызывает интерес к организации печатного текста. В связи с этим значительная роль отводится именно типографике, так как она является средством организации элементов издания на основе их композиции в пространстве издания в соответствии с художественным видением дизайнера. Именно в типографике сочетаются опыт и традиция, тесно переплетаются новейшие достижения компьютерных технологий и композиционная выразительность текстовых и изобразительных элементов.

Создание полиграфической продукции – это особая область дизайнерского творчества, стоящая на грани между технологическим и объектным проектированием, и объединяющая их возможности. Характерные особенности полиграфической продукции – направленность на широкую аудиторию и сильная коммуникативная нагрузка. Однако это не означает того, что функция типографики – просто зрительное представление информации. Современная типографика может рассматриваться как самостоятельная дисциплина, имеющая межотраслевой характер. Р. Брингхерст считает, что «типографика развивается как поле общности различных интересов»<sup>1</sup> и утверждает, что она «остаётся тем, чем была всегда: производством значимых, долговечных, абстрактных, видимых знаков»<sup>2</sup>.

Дизайнер создает композиционные отношения между основными элементами издания, используя шрифт, цвет, орнамент, графику, фотографию и другие средства. Кроме того, типографика отражает веяния времени, включает в себя многообразие способов создания визуальных сообщений самой разной сложности и назначения, интегрирует в себе элементы различных областей знания. Но при этом любую печатную продукцию создают с целью ее многократного технологического использования. Полиграфическое производство может сделать ее относительно дешевой продукцией, при этом удовлетворяется спрос больших групп населения на качественную продукцию.

Техническая воспроизводимость печатного оттиска – характерная черта дизайна полиграфической продукции. Этому свойству печати как форме коммуникации большое внимание уделял Г. М. Маклюэн. Ученый указывал, что «интенсивность акцента на визуальном копировании и точности – это взрывная сила, разрывающая на фрагменты мир власти и знания. Возрастание точности и количества визуальной информации превратило

---

<sup>1</sup> Брингхерст, Р. Основы стиля в типографике / Р. Брингхерст ; пер. с англ. Г.Северской, А. Семенова, С. Пономаренко ; под ред. В. Ефимова. – М. : Издатель Д. Аронов, 2006. – С. 9.

<sup>2</sup> Там же. С. 230.

печатать в трехмерный мир перспективы и фиксированной точки зрения»<sup>3</sup>. В настоящее время дизайнер становится посредником между автором и читателем, он через печатные формы передает предназначенную для восприятия визуальную информацию.

Типографика всегда была объектом исследования и элементом графического дизайна. К сожалению, в силу сложившихся культурно-исторических особенностей длительное время в России она не рассматривалась как самостоятельная область научного знания, не было научной разработки данного вида проектной деятельности. Однако хорошо изучены вопросы сочетаемости шрифтов, разработаны и систематизированы издательские стандарты, а также способы полиграфического производства. Все исследования носили прикладной характер, типографика ассоциировалась с ее научной второстепенностью.

Современная ситуация характеризуется потребностью в осмыслении специфики типографики, определении ее места в культуре и перспективах будущего развития в условиях информационного общества. Особое значение типографики для современной культуры обусловлено тем, что она, с одной стороны, является старейшим, наиболее сформировавшимся компонентом печатной культуры и неотъемлемым элементом каждого печатного издания, а с другой – одним из динамично развивающихся новых направлений графического дизайна. Кроме того, необходимость рассмотрения типографики с точки зрения культурологического знания вызвана тем, что она является не только способом хранения и передачи информации, но и средством визуализации информации с помощью абстрактных знаков. Распространенность и востребованность типографики в графическом дизайне объясняются усилением роли знака в современной культуре и искусстве. Данное обстоятельство позволяет исследовать ее как канал визуальной коммуникации с помощью семиотического анализа.

#### **Степень изученности проблемы.**

Использованные в работе труды можно разделить на четыре группы.

*Первая группа* источников связана с исследованием современного дизайна, особенностями и тенденциями развития графического дизайна как наиболее востребованной его формы.

Теория дизайна разработана зарубежными исследователями и представлена работами Г. Земпера, Ле Корбюзье, У. Морриса, Д. Нельсона, Д. Норманна. Теоретическое осмысление дизайна представлено в трудах отечественных ученых В. Р. Аронова, Т. Ю. Быстровой, В. Л. Глазычева, А. В. Иконниковой, Е. Н. Лазарева, Г. Н. Лолы, В. Ю. Медведова, Г. Б. Минервина, Н. Н. Мосоровой, В. Ф. Сидоренко. Культурологические исследования дизайна принадлежат О. И. Геннисаретскому, К. М. Кантору, Н. А. Ковешниковой, И. А. Розенсон.

---

<sup>3</sup> Маклюэн, Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. – М. ; Жуковский : КАНОН-пресс-Ц : Кучково поле, 2003. – С. 183.

Специфика графического дизайна, методология проектирования раскрываются в научных трудах Э. М. Глинтерник, Е. А. Лаврентьевой, С. И. Серова, Е. В. Черневич. Для исследования исторических особенностей формирования российского графического дизайна необходимой базой являются работы М. Анникста, М. Э. Гизе, Э. М. Глинтерник, С. И. Серова, С. О. Хан-Магомедова, Е. В. Черневич.

Во *вторую группу* источников входят исследования по теории и практике типографики как вида графического дизайна, имеющего тесную связь с искусством и производственным процессом.

Теоретическое осмысление типографики представлено в трудах зарубежных (Р. Брингхерст, Г. Ноордзей, Э. Рудер, Д. Феличи, Я. Чихольд, Э. Шпикерман) и отечественных (Ю. Гордон, М. Г. Жуков, Э. Кагаров, А. Королькова, В. Г. Кричевский, С. И. Серов) ученых.

Изучение шрифта как средства художественного самовыражения представлено в монографиях М. В. Большакова, Ю. Я. Герчука, Г. В. Гречихо, В. В. Ефимова, А. Капра, А. И. Кудрявцева, В. В. Лазурского, В. К. Тоотса, В. А. Фаворского, А. Г. Шницгала.

Исследование восприятия цвета, рисунка и других элементов печатного издания проводится в работах Р. Арихейма, И. Иттена, В. В. Кандинского, П. А. Флоренского, Я. Чихольда.

Вопросы, связанные с изучением современного состояния производственной и технологической сфер выпуска печатной продукции, отражены в книгах Г. Киппхана, Ф. Романо, Ю. Н. Самарина, С. И. Стефанова.

Эволюцию книгопечатания анализировали И. Е. Баренбаум, Ю. Я. Герчук, В. Н. Ляхов, Е. Л. Немировский, А. А. Сидоров. Проблематика изучения актуальных тенденций развития графического дизайна и типографики представлена в публикациях Г. П. Аксенова, Д. А. Золотарева, В. В. Лаптева, С. И. Серова.

Особый интерес представляют диссертационные исследования последних лет, посвященные дизайну некоторых видов полиграфической продукции. Среди них работы В. А. Андреевой (о дизайне учебной книги), М. Е. Бирюковой (о дизайне винной упаковки), С. Б. Головки, Е. А. Хоменко (о дизайне газет), Д. А. Денисова (о дизайне этикетки), Т. А. Игошиной (о социальном плакате), О. Е. Корытова (о книжном дизайне), В. В. Лаптева (о дизайне многополосных изданий), Т. А. Мазуриной (о товарном знаке), О. И. Рожновой, А. С. Сундукова (о дизайне журнала).

Исследование типографики как знаковой системы обусловило использование *третьей группы* источников – трудов по семиотике.

Основные положения семиотики почерпнуты из книг зарубежных (Р. Барг, Ч. Моррис, Ч. Пирс, Ф. де Соссюр, У. Эко, Г. Фреге) и отечественных (Вяч. Вс. Иванов, Ю. М. Лотман, Ю. С. Степанов) ученых. Научной основой для исследования типографики как знаковой системы явились монографии С. И. Серова и Е. В. Черневич по семиотике графического дизайна. Особое значение имеют работы, посвященные применению

семиотического подхода к исследованию искусства, дизайна, визуальных сообщений и рекламы. Это публикации Е. Елиной, А. В. Панкратовой, Г. Г. Почепцова, Л. Ф. Чертова, Г. П. Щедровицкого, У. Эко.

*Четвертая группа* источников затрагивает широкий круг вопросов, посвященных изучению проблем развития типографики в условиях электронного представления текстовой информации.

Проблеме развития печатной культуры в контексте появления новых технических средств коммуникации посвящены труды Г. М. Маклюэна. Эволюция европейской письменной культуры, возможности воздействия форм организации информации на способы записи текстов исследовались в публикациях Р. Шартье. Историко-культурная перспектива развития устной и письменной речи представлена в работах М. Ю. Лотмана. Осмысление роли типографики в современной визуальной культуре проводилось П. Е. Родькиным, С. И. Серовым. Изучению роли произведений искусства в цифровую эпоху посвящены работы Б. Гройса.

Важное значение для анализа становления, практики применения и научного осмысления типографики имеют материалы, опубликованные в периодических изданиях «[kAk]», «КомпьюАрт», «Де(-)фис», «Publish».

Таким образом, отдельные аспекты изучения типографики разработаны в теории графического дизайна и искусствоведении, но с позиций культурологии данная область визуальной культуры требует осмысления в контексте изменений современной информационной культуры. В связи с этим возникает необходимость рассмотреть типографику не просто как средство организации текстовой информации, а как канал визуальной коммуникации на основе семиотического анализа.

**Гипотеза исследования.** Автор исследует типографику как явление семиосферы, что позволяет выявить особенности превращения дизайна полиграфической продукции в знаковую систему, предложить концептуальную модель типографики, разработать схемы взаимодействия дискурсивных практик, бытующих вокруг типографики. По мнению автора, структура типографики определяется визуально-графическими константами, аксиологической и семиотической структурой культуры. В зависимости от системы ценностей, парадигматики и неравномерности семиотических процессов порождаются узлы и периферии смысла, внутренние и внешние границы типографики. Диссертант предлагает рассматривать типографику как метафору, как текст, как знаковую систему. Однако данное множество значений обусловлено их представлением в качестве исследовательского конструкта, позволяющего выйти к итоговой формулировке типографики как феномена повседневной культуры, закрепляющегося в пространстве печатного листа и на других носителях с помощью семиотических механизмов.

**Объектом исследования** является типографика как канал визуальной коммуникации.

**Предмет исследования** – семиотическая модель типографики как культурологическая проблема.

**Цель** – обосновать эффективность использования семиотического моделирования при культурологическом изучении типографики в качестве коммуникационного канала и феномена повседневности.

Для реализации этой цели решаются следующие задачи:

- уточнить понятие «типографика», установить его внешние и внутренние границы;
- выявить тенденции развития, принципы и особенности создания полиграфической продукции в контексте культурно-исторических эпох;
- проанализировать дискурсивные практики, сложившиеся вокруг типографики в мировой и отечественной научной литературе;
- обосновать эффективность семиотического подхода к осмыслению нового канала коммуникации;
- определить основные пути развития типографики в условиях информационного общества;
- построить концептуальную модель типографики на основе семиотического анализа.

**Теоретическая и методологическая база диссертации.** В работе нашли отражение концепции зарубежных и отечественных авторов, раскрывающие типографику как знаковую систему, как канал визуальной коммуникации. В качестве основных подходов использованы:

- культурологический, который позволил исследовать типографику как деятельность, направленную на создание полиграфической продукции, интегрирующей в себе одновременно и артефакт материальной культуры, и возможность формирования общекультурных смыслов и ценностей;
- семиотический, раскрывающий коммуникативные возможности типографики, в которой отдельные смыслообразующие знаковые элементы не только обладают специфическим кодом, но и способствуют возникновению дискурса информации и визуального текста, что, в свою очередь, позволяет рассматривать типографику в качестве явления семиосферы.

Методологическую базу составили:

- системный метод, с помощью которого типографика предстает как система визуальных знаков в пространстве типографского листа, каждый из которых обозначает или замещает не единичный объект, а целое множество или даже систему объектов, находящихся в тесной связи с другими знаками, существующих в материальной практике и использующихся для получения, хранения, кодирования и передачи информации;
- структурно-функциональный анализ, который позволяет вычлнить основные структурные элементы, понять взаимосвязь между ними, а также выявить их роль в создании визуального текста и сформулировать морфологический и функциональный уровни семиотической модели типографики;
- историко-описательный метод, способствующий представлению основных этапов возникновения, формирования и последующего развития типографики во взаимосвязи структурообразующих компонентов;

– историко-сравнительный метод, позволяющий путем сравнения выявлять общее и особенное в развитии типографики каждой исторической эпохи;

– метод моделирования, позволивший синтезировать концептуальную модель типографики как самостоятельного канала визуальной коммуникации.

**Научная повизна** исследования заключается:

– в применении семиотического подхода к исследованию типографики и в теоретическом обосновании типографики как явления семиосферы;

– в описании типографики как феномена повседневной культуры через выявление новых носителей ее знаковых систем;

– в выделении означающего (элементы издания и любая информация, расположенная в пространстве типографского листа) и означаемого (визуальный текст, который описывается в терминах дизайнерского решения) в коммуникативном пространстве типографики;

– в обосновании включения таких элементов издания, как шрифт, цвет, изображение в состав семиотических объектов типографики и в рассмотрении семантического соотношения между знаками в коммуникативном пространстве типографики в контексте их исторических изменений;

– в создании концептуальной модели типографики, доказывающей, что дизайнерское решение сообщения, проявляющее себя как визуальный текст (т. е. зрительно воспринятое), также является информационно насыщенным и влияет на исходное сообщение.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Типографика – это вид творческой деятельности, направленной на создание продуманной, подчиненной определенному замыслу визуально гармоничной печатной продукции, с одной стороны, обеспечивающей максимальную удобочитаемость текста, а с другой – создающей визуально активную структуру издания. Современная типографика может рассматриваться как самостоятельная дисциплина, имеющая межотраслевой характер, охватывает всю сферу современной визуальной коммуникации и может быть определена как дизайн-проектирование визуальными знаками в пространстве типографского листа или на других носителях.

2. Анализ эволюции отечественной типографики с момента возникновения промышленного книгопечатания в России до настоящего времени в контексте взаимосвязи структурообразующих компонентов позволил выделить следующие этапы ее развития: 1) этап становление (середина XVI – конец XVII в.); 2) технологический (начало XVIII в. — начало XX в.); 3) конструктивистский (20-е гг. XX в.); 4) традиционалистский (30–80-е гг. XX в.); 5) информационный (конец 80-х XX в. — настоящее время).

3. Семиотический подход позволяет установить теоретическую связь между основными элементарными единицами информации, образующими знаки, – шрифт, цвет, изображение. Знаки находятся в тесной взаимосвязи и

воздействуют на графико-визуальную конструкцию – пространство типографского листа, в качестве которого сегодня могут выступать предметы одежды, посуда, элементы интерьера и пр. Средствами типографики осуществляется смысловое и образное обогащение визуального текста, в котором переплетаются авторские образы и идеи, а дизайнерское решение соединяет их и доносит до потребителя информации. Типографика создает собственную систему кодирования информации, с ее помощью устанавливается тесная связь между предлагаемой информацией и сообщением, смысл которого доносит визуальный текст. При этом, чем выше и жестче регламентация структуры кода, тем более однозначно представлена информация, и наоборот – относительная свобода при выборе структуры кода способствует менее отчетливо выраженному информационному сообщению. В качестве знаковой системы типографика становится устойчивым элементом семиосферы.

4. В условиях информационного общества типографика использует собственные коммуникационные возможности и вырабатывает новые приемы визуальной организации текста. Информация организуется с помощью ярких образов, что делает восприятие более легким, доступным и эмоционально окрашенным. Выделяются следующие тенденции: индивидуализация и сложное конструктивное решение; изменение требований к рисунку шрифта (он становится интернациональным, шрифты стали создаваться сначала для экранного текста, а затем – для бумаги); расширение сферы влияния на другие объекты повседневного быта (типографика становится неизменным элементом культуры повседневности).

5. Концептуальная семиотическая модель описывает типографику на морфологическом, синтаксическом, семантическом и прагматическом уровнях функционирования знаков, что в совокупности позволяет всесторонне рассмотреть коммуникативные свойства типографики как семиотического текста.

**Теоретическая и практическая значимость** исследования состоит в том, что оно создает предпосылки:

- для культурологического осмысления типографики как сложной семиотической структуры, ставшей неотъемлемым элементом социокультурной жизни информационного общества; дополнения теории типографики новым научным определением и разработкой семиотической модели;

- для практического использования при разработке оригинал-макета, который является связующим звеном между творческой и индустриально-полиграфической сферами и реализуется в типографии. Знание семиотических механизмов позволит скорректировать макет таким образом, чтобы осуществился творческий диалог автора, дизайнера и читателя;

- для использования материалов данного исследования в процессе создания полиграфической продукции и подготовке графических дизайнеров.

Материалы диссертации могут быть использованы в преподавании учебных курсов по истории и теории графического дизайнера, дизайнера СМИ, а

также при разработке спецкурсов по теории и практике типографики, в проведении семиотических исследований в разных сферах дизайна.

**Апробация работы.** Основные теоретические положения и выводы диссертационного исследования излагались автором в публикациях и выступлениях на конференциях различного уровня:

– международных (III Международная научно-теоретическая конференция «Социально-политические и культурные проблемы современности» (Симферополь, март 2010));

– всероссийских (I научно-практическая конференция «Современные проблемы гуманитарных и естественных наук» (Москва, июнь 2009); IV Всероссийская научно-практическая конференция «Научное творчество XXI века», (Красноярск, апрель 2011); Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Гармонизация социальных отношений в полиэтническом регионе. I Сухаревские чтения» (Саранск, декабрь 2011); Всероссийская научно-практическая конференция «Социальные проблемы полиэтнического региона. II Сухаревские чтения» (Саранск, декабрь 2012)).

По теме диссертации опубликовано 9 статей, в которых нашли отражение теоретические принципы и результаты исследования.

Разработанный диссертантом проект создания межрегиональной информационно-коммерческой системы Республики Мордовия был отменен Свидетельством Министерства экономики Российской Федерации из числа представленных на Вторую научно-практическую конференцию «Информационное обеспечение рынков товаров и услуг» (2000).

Диссертация обсуждена на заседании кафедры дизайна и рекламы Мордовского государственного университета им. Н. П. Огарева и рекомендована к защите.

**Структура диссертации.** Диссертация изложена на 151 странице, состоит из введения, двух глав, заключения, списка источников, включающего 191 наименование.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

Во **Введении** обосновывается актуальность избранной темы исследования, анализируется степень ее научной разработанности, формулируются гипотеза, цель и задачи работы, объект, предмет и методологическая база исследования, представляются научная новизна диссертации, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту.

Первая глава «**Типографика в проблемном поле культурологии**» состоит из двух параграфов. В первом – «**Внутренние и внешние границы типографики**» – анализируется многообразие существующих подходов к исследованию феномена. Диссертант выделяет несколько аспектов, имеющих теоретическое значение для определения типографики. Во-первых, она рассматривается как искусство расположения печатного материала на странице, подбора шрифта, построения композиции и вывода на печать

(А. Королькова, В. Г. Кричевский, Г. Б. Минервин, С. Морисон, В. Т. Шимко). Во-вторых, понимается как вид художественной деятельности, имеющий тесную связь с искусством (Я. Чихольд). В-третьих, рассматривается как связующее звено между творческой и индустриально-полиграфической сферами (В. Н. Ляхов). В четвертой группе определений акцент переносится на основное свойство типографики – визуализацию информации (Г. Амброс, Р. Брингхерст, Э. Рудер, Н. Н. Таранов, П. Харрис).

Современная типографика охватывает всю сферу визуальной коммуникации. Ее отличительной особенностью является не просто зрительное представление информации, а создание композиционных отношений между ключевыми элементами издания. Основные приемы и средства оформления полиграфической продукции базируются на методах графического дизайна, включают в себя все многообразие способов создания визуальных сообщений самой разной сложности и назначения, интегрируют в себе элементы различных областей знания.

На основе учета существующих трактовок и специфики изучаемого объекта формулируется определение типографики как дизайн-проектирования визуальными знаками в пространстве типографского листа или на других носителях. Это органическая часть графического дизайна, синтетическая творческая деятельность, включающая в себя разработку проекта оформления и поиск формы, призванной объединить в целостную визуальную структуру все композиционные элементы проектируемого издания, предназначенного для массового воспроизводства (тиражирования) и зависящего от техники исполнения.

Структура понятия «типографика» складывается из таких взаимосвязанных компонентов, как «дизайн», «издание», «полиграфическая продукция».

Сегодня типографика становится все более независимой от сферы приложения и все более универсальной дисциплиной и может рассматриваться как феномен повседневной культуры, имеющий межотраслевой характер.

В диссертации типографика предстает как комплекс изобразительных и условных знаков, образующих семиотическую систему. Опираясь на теорию Ю. М. Лотмана о семиосфере, в центр культурного пространства диссертант ставит правила и принципы «классической» типографики, имеющей жестко определенный характер, выработанный многовековой практикой. На периферии – частичное соблюдение традиций или полный отказ от них. Между ними создается «поле напряжения» (Лотман), и в определенное время центр смещается на периферию.

Лотман подчеркивал: «наиболее „горячими“ точками семиобразовательных процессов являются границы семиосферы»<sup>4</sup>. Одна из внешних границ образуется между типографикой и дизайном полиграфической продукции, которые имеют совокупность общих

<sup>4</sup> Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – СПб. : Искусство-СПб, 2000. – С. 262.

элементов: это тиражируемость и техническая воспроизводимость печатного оттиска; монтаж; верстка; колоннитул; набор; концевая и начальная полоса; полоса набора; висячая строка; вгонка и выгонка; выключка и др. Внутреннее пространство в типографике, образованное внутренними границами, включает в себя узкоспециальные элементы, например: шрифт, его начертания, правила построения, использования и сочетания; инициал; интерлиньяж; капитель; пробел; разрядка и др. При этом каждая из рассмотренных систем одновременно имеет внешнюю границу с графическим дизайном, используя его методы, принципы и способы создания композиционных отношений. В свою очередь, графический дизайн пользуется такими свойствами дизайна, как проектность, ориентация на высокие потребительские свойства и эстетические идеалы.

Во втором параграфе «Эволюция типографики: взаимодействие дискурсивных практик» прослеживается развитие типографики с момента возникновения промышленного книгопечатания в России и до настоящего времени в контексте взаимосвязи структурирующих компонентов.

Согласно теории дискурса все явления вписаны в контекст и могут приобретать разнообразные значения в зависимости от обстоятельств, в которых они находятся. Типографика как знаковая система включена в сложную систему коммуникационных отношений и может участвовать в следующих видах дискурсивных практик: социально-политической, технологической, эстетической, дизайнерской (дизайн шрифта и дизайн полиграфической продукции).

В эволюции типографики диссертант выделяет несколько этапов.

Этап становления (середина XVI – конец XVII в.) связан с возникновением книгопечатания в России. В этот период сформировался стиль оформления первых печатных книг на основе рукописных. Доминирующим типом издания были книги религиозного содержания, значительно уступали им учебные.

В начале XVIII в. благодаря введению нового гражданского типографского шрифта происходят упрощение шрифта, изменение алфавитного состава, облегчение правописания, что в совокупности приводит к формированию новых принципов оформления. Художественный облик книг эволюционирует от пышных, торжественных и богато украшенных изданий до просто оформленных, дешевых и доступных. Формируется новый стиль – русский классицизм.

В этот период на развитие типографики начинают оказывать влияние усовершенствование технологий печати, внедрение новых изобретений и открытий. Механизация производства в полиграфии, изобретение новых способов печати обуславливают не только необходимость изготовления большого количества матриц различных шрифтов, но и увеличение объема выпуска новых видов печатной продукции. В XIX в. ассортимент тиражируемой полиграфической продукции все сильнее попадает в зависимость от предпочтений покупателей, и к концу столетия дизайн изданий становится одним из факторов, влияющих на продажу. В конце

ХІХ – начале ХХ в. на развитие графики начинает влиять модернистское направление в искусстве.

В 20-е гг. ХХ в. в России возникло новое творческое направление – конструктивизм. Его представители выступали против отвлеченно-эстетического украшательства и пытались создать новое искусство. Значительный вклад в развитие «новой типографики» внесли Эль Лисицкий, А.М. Родченко, А. Ган, В. Ф. Степанова и др. В новых социально-культурных условиях были разработаны средства и приемы образной выразительности в типографике, определены дальнейшие направления ее развития, выдвинуты принципиально новые идеи в области создания полиграфической продукции. Поиск новой формы выражения идеи в искусстве в 20-х гг. ХХ в. дали импульс становлению и формированию дизайна в стране.

Следующий этап в развитии типографики в России связан с принятием и внедрением в производство системы государственных и отраслевых стандартов. В условиях строжайшей регламентации и ограниченности выбора с целью улучшения оформления книги издательства переходили к использованию рисованных шрифтов вместо наборных. В СССР разрабатывались и новые типографские гарнитуры на основе образцов рисованных шрифтов советских художников В. В. Лазурского, П. М. Кузання, И. Ф. Рерберга, С. Б. Телингатера, Г. С. Бершадского и др. Однако их ассортимент в оформлении изданий был недостаточным, кроме того, отсутствовали современные и широко распространенные в зарубежных странах шрифты.

Период конца 80-х ХХ – начала ХХІ в. характеризуется активным внедрением цифровых методов в технологический процесс в полиграфии. Существенно повышаются качество печати и производительность. Происходит интеграция допечатных, печатных и послепечатных технологий. Внедрение в наборный процесс компьютерной техники способствует широкому распространению шрифтов, появлению большого количества гарнитур не только отечественного, но и зарубежного производства. Особенностью настоящего периода развития типографики является объединение текстовой и изобразительной информации при подготовке издания к печати.

Рассмотрев влияние социально-политических, технологических, дизайнерских, эстетических дискурсивных практик на развитие теории типографики в России, диссертант делает вывод о необходимости интеграции их результатов и обоснования нового направления исследования типографики – культурологического с опорой на семиотический подход.

Вторая глава **«Типографика как явление семиосферы»** состоит из двух параграфов. В первом – **«Семиотический потенциал типографики: концептуальное моделирование»** – характеризуется знаковая сущность объектов дизайна в любом печатном издании, рассматриваются три основных аспекта функционирования знаков, которые в совокупности всесторонне отражают коммуникативные свойства любого семиотического

текста и позволяют сконструировать уровни концептуальной модели типографики.

С позиции семиотики типографика представляет собой знаковую систему, ее особенность состоит в том, что визуальные сообщения одновременно являются и предметами использования, и каналами коммуникации.

Выделение отдельных знаковых элементов в коммуникативном пространстве типографики *на синтаксическом уровне* имеет условный характер, так как, во-первых, знаки находятся в тесной взаимосвязи между собой; во-вторых, в публикации могут быть использованы не все знаки, некоторые могут отсутствовать; в-третьих, в различных видах изданий главное место принадлежит разным видам знаков. Опираясь на труды Ю. М. Лотмана, Ю. С. Степанова, С. И. Серова, Е. В. Черневича, Л. Ф. Чертова, У. Эко, диссертант определяет основные элементы, образующие знаки в полиграфической продукции, – шрифт, цвет, изображение. Каждый выделенный знак обозначает или замещает не единичный объект, а целое множество или даже систему объектов; находится в тесной связи с другими знаками; обнаруживается только в процессе анализа способа его функционирования; существует в материальной практике и используется для получения, хранения и передачи информации.

Шрифт является основным элементом оформления печатного издания, преобладает в оформлении любой публикации, привносит в нее индивидуальность и неповторимость; внешний облик издания определяется исключительно рисунком букв. Использование возможностей цвета при работе над полиграфическими изданиями увеличивает выразительность и эмоциональное воздействие на читателя или зрителя. Однако в процессе совместной работы дизайнера и типографии проблема цвета приобретает новый аспект – качественный, обусловленный необходимостью репродуцирования цветных изображений, максимально приближенных к оригиналу. В качестве изображения выступают все изобразительные элементы графического оформления издания независимо от техники исполнения (иллюстрация, рисунок, фотография, графика, фон, орнамент, декоративное украшение и др.). Диссертант отмечает, что выбор основных носителей информации в типографике не исчерпывается указанными элементами, он может быть расширен и продолжен: В данном случае был выделен лишь минимально необходимый набор знаков, без которых невозможно создать ни одну публикацию.

Отношения между означающим и означаемым *на семантическом уровне* в обобщенном виде описаны диссертантом следующим образом: элементарные носители информации получают значение с помощью знаков и средствами дизайна передают его или приобретают новый смысл, создавая визуальный текст. В качестве означающего выступают элементы издания, любая информация, расположенная в пространстве типографского листа. Означаемое выражает некое знание, смысл издания, образ вещи, создает визуальный текст и описывается в терминах дизайнерского решения. В

качестве визуального текста выступает информационное сообщение, созданное с помощью средств визуализации, зрительно воспринимаемое и интерпретируемое.

В исследовании установлено, что семантические отношения между знаками в типографике меняются в зависимости от исторического контекста. С позиций классической типографики отношения строятся по определенным и «незыблемым» правилам, в строгом единообразии, т.е. в едином цветовом, композиционном, шрифтовом решении. В эпоху модерна предпочтение отдается шрифтам без засечек, простым геометрическим конструкциям, фотографиям, «флаговому» набору, использованию «швейцарского абзаца» и модульной сетки. В постмодернистской типографике основной акцент переносится на изображение, в качестве которого могут выступать и рисунок, и фотография, и фон. Изображение становится многоуровневым и многослойным, а шрифт как бы «вплывается» в изображение, входит в него. Постмодернистское издание имеет отличительное свойство – оно многоакцентно.

По мнению диссертанта, изучение семантического уровня представляет наибольший интерес, так как именно на этом уровне осуществляется кодирование информации, когда устанавливается тесная связь между предлагаемой информацией и сообщением, понятым как означаемое. Код, создавая визуальный текст, связывает автора, дизайнера и читателя. В типографике можно выделить собственную систему кодирования: на основе выполнения нормативов, вследствие нарушения правил и создания новых принципов. При этом чем выше и жестче регламентация структуры кода, тем более однозначно представлена информация, и наоборот – относительная свобода при выборе кода способствует менее отчетливому выражению сущности информационного сообщения.

Выделенные знаки являются эмоционально нейтральными, но с их помощью строится визуальный текст, способствующий осмыслению информации. Означающее и означаемое в типографике находятся в тесной взаимосвязи и воздействуют на графическо-визуальную конструкцию пространства типографского листа.

*Прагматический уровень* описывает отношение субъекта, воспринимающего информацию, к знаковой системе и определяет поведение потребителя. На прагматическом уровне коммуникации типографика должна удовлетворять правилам употребления знаков, сложившимся в данную историческую эпоху, то есть быть «визуальным текстом». Диссертант подчеркивает, что дизайнерское решение сообщения, проявляющее себя как визуальный текст, само является информационным сообщением и влияет на исходное сообщение. На этом уровне осуществляется творческий диалог автора, дизайнера и читателя.

Семиотический подход к изучению типографики позволяет увидеть, как средствами типографики дизайнер с помощью знаков обогащает и переплетает авторские образы и идеи, соединяет их и доносит до потребителя информации.

Во втором параграфе «**Отечественная типографика в пространстве информационной культуры**» диссертант выявляет особенности, тенденции и перспективы развития типографики в условиях информационного общества и предлагает рассматривать типографику как новый коммуникационный канал.

Каждый тип культуры в своем развитии опирается на фундаментальные достижения предыдущей эпохи, которые затем корректируются и на основе которых вырабатывается новый канал коммуникации. Стилевая эпоха меняет отношения между знаками, при этом стилеобразующим может стать знак, которому не придавалось значения в другой эпохе. В сконструированной концептуальной модели на семантическом уровне коммуникационных отношений в типографике выделены означающее и означаемое. Означающее содержательно предусматривает возможность прочтения, его можно увидеть; в этом качестве выступают «авторский оригинал», «текстовая информация», «иллюстративный материал». Означаемое выражает некое знание, смысл издания, образ; оно создает визуальный текст и описывается в терминах дизайнерского решения. На прагматическом уровне устанавливаются двусторонние отношения между автором и читающей аудиторией, а в результате мысленного соотнесения творческой идеи с ее материальным воплощением возникает дискурс информации и визуального текста.

Внедрение компьютерных технологий в издательский процесс привело к изменению всей технологической цепочки, что спровоцировало независимость дизайна изданий от возможностей типографий. Современная информационная культура базируется на достижениях книгопечатной – визуальной организации печатного текста. Таким средством организации элементов издания на основе их композиции в пространстве издания в соответствии с художественным видением дизайнера является типографика. С помощью ее средств создаются все продукты электронной печати.

Формируется новый стиль – постмодернистский. То, что считалось достоинством классической типографики, стало восприниматься как недостаток – доступность и единообразие расцениваются как маловыразительность и недостаточная акцентировка текста. В композиционно-стилевом решении изданий на первый план выходят зрительный образ, визуальная составляющая. Пространство печатного листа организуется на основе центробежной композиции, фон становится многослойным, наибольшее значение придается контексту. Делается попытка запечатлеть процесс, текущий момент. Текстовые блоки и изображения становятся неразрывными, словно синтезируют себя в одну большую картину, а сам текст располагается на странице таким образом, чтобы было возможно его беглое прочтение, просматривание. Поиск уникальных шрифтовых форм осуществляется либо через обращение к допечатным временам, к каллиграфии, к «трэш-дизайну», либо с использованием возможностей компьютерных программ.

Меняются требования к рисунку шрифта, они изначально создаются для экранного текста, а затем – для бумаги. Дизайн шрифта становится интернациональным, понятным без знания языковых особенностей. Но это несомненное достоинство имеет и отрицательную сторону: теряется его специфичность, незабываемость и яркость, поэтому все большее распространение получает дизайн, учитывающий национальные и региональные особенности. В типографике с этой целью используют стилизованный национальный шрифт, а также орнамент и цветовое решение, характерное для данного региона. Диссертант утверждает, что поиск нового в национальных традициях может рассматриваться как способ сохранения и популяризации основных черт культуры региона.

Современные графические дизайнеры не ограничиваются только дизайном газет, журналов, открыток и прочих видов печатной продукции. Они расширяют сферу своего творчества и на другие объекты повседневного быта: посуду, сумки, одежду, детали интерьера и др. Задача типографики в современных условиях – привлечь внимание читателя к визуальному пространству новых объектов, в котором буквы имеют безграничный потенциал для выражения определенного контекста. Дизайнеры используют ее как средство акцентирования, расширения и подчеркивания основной идеи.

В настоящее время – время бесконечного потока информации – типографика выполняет роль языка общения, доступного и понятного всем. Она позволяет донести мысль до каждого человека, сделать ее более яркой и понятной, а нашу повседневную жизнь богатой и насыщенной.

Традиционная типографика в информационную эпоху претерпевает существенные изменения – дизайнеры активно ищут новые художественные приемы и решения. В ней отражаются основные тенденции, характерные для всех видов графического дизайна. Как только бумага перестала восприниматься в обществе в качестве единственно возможного материального носителя информации, типографика расширила сферу своего творчества, не утратив при этом своего утилитарного значения, и стала неотъемлемым элементом культуры повседневности.

**В Заключении** подводятся итоги исследования.

Современная типографика может рассматриваться как самостоятельная дисциплина, имеющая межотраслевой характер, она охватывает всю сферу современной визуальной коммуникации и может быть определена как дизайн-проектирование визуальными знаками в пространстве типографского листа или на других носителях.

Характеризуя знаковую сущность объектов дизайна в любом издании, можно синтезировать концептуальную семиотическую модель типографики, включающую три основных уровня функционирования знаков. Исследование синтаксического уровня позволило выделить основные виды знаков в типографике – шрифт, цвет, изображение. На семантическом уровне установлены взаимосвязь информации и дизайнерского решения и их воздействие на графическо-визуальную конструкцию издания. Анализ на

прагматическом уровне выявил, что при соотношении творческой идеи с материальным воплощением возникает дискурс информации и визуального текста.

В результате такого подхода были определены особенности, тенденции и перспективы развития дизайна полиграфической продукции в информационном обществе, а также доказано, что в современных условиях основные усилия дизайнеров направлены на поиск новых художественных приемов и решений, способных формировать дополнительный смысл и коннотации, за счет которых происходит эмоциональная окраска изданий.

В условиях информационного общества типографика стала неотъемлемым элементом культуры повседневности; она использует собственные коммуникационные возможности и вырабатывает новые приемы визуальной организации текста.

**Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях автора:**

***Ведущие рецензируемые научные журналы:***

1. Пакшина, И. А. Дизайн и типографика: полемика в научно-образовательном пространстве ВХУТЕМАСа / И. А. Пакшина // Интеграция образования. – 2011. – № 4. – С. 53–59. – 0,65 п.л.

2. Пакшина, И. А. Семiotический подход к исследованию типографики / И. А. Пакшина // Регионоведение. – 2013. – № 1. – С. 236–240. – 0,3 п.л.

***Научные статьи, тезисы выступлений***

3. Пакшина, И. А. Роль средств визуальной информации в формировании культурной жизни региона / И. А. Пакшина // Факторы и механизмы гармонизации социальных отношений в Республике Мордовия : монография / науч. ред. А. И. Сухарев ; отв. за вып. О. А. Богатова ; Науч. центр соц.-экон. мониторинга Республики Мордовия. – Саранск, 2009. – С. 74–77. – 0,19 п.л.

4. Пакшина, И. А. Эволюция дизайна полиграфической продукции на рубеже эпох / И. А. Пакшина // Современные проблемы гуманитарных и естественных наук : сб. материалов I науч.-практ. конф. 15–22 июня 2009 г., г. Москва : в 2 т. – Т. 1. – С. 212–214. [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tezis.info/1/> – 0,2 п.л.

5. Пакшина, И. А. Особенности художественно-полиграфического оформления печатной продукции в России в XVIII в. / И. А. Пакшина // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2010. – № 6. – С. 287–293. – 0,47 п.л.

6. Пакшина, И. А. Изменение социокультурных функций дизайна полиграфической продукции в России в XVIII–XX вв. / И. А. Пакшина // Социально-политические и культурные проблемы современности : материалы III Междунар. науч.-теор. конф., г. Симферополь, 26 марта

2010 г. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2010. – С. 601–606. – 0,38 п.л. [Эл. ресурс]. – Режим доступа: <http://kipu.crimea.ua/2010/03/> .

7. Пакшина, И. А. Некоторые аспекты определения термина «типографика» / И. А. Пакшина // Научное творчество XXI века : материалы IV Всерос. науч.-практ. конф., г. Красноярск, апрель 2011 г. – Красноярск, 2011. – Вып. 1. – С. 144–145. – 0,18 п.л. – [Эл. ресурс]. – Режим доступа: [http://nkras.ru/nt/nt2011\\_1.pdf](http://nkras.ru/nt/nt2011_1.pdf).

8. Пакшина, И. А. Дизайн как средство гармонизации социальных отношений / И. А. Пакшина // Гармонизация социальных отношений в полиэтническом регионе : I Сухаревские чтения : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, 23–24 дек. 2011 г., г. Саранск : в 2 т. / отв. ред. С. М. Вдовин ; Науч. центр соц.-экон. мониторинга. – Саранск, 2012. – Т. 2. – С. 161–164. – 0,25 п.л.

9. Пакшина, И. А. Особенности развития типографики в информационную эпоху / И. А. Пакшина // Социальные проблемы полиэтнического региона : II Сухаревские чтения : материалы Всерос. науч.-практ. конф. 24 дек. 2012 г., г. Саранск / отв. ред. С. М. Вдовин ; Науч. центр соц.-экон. мониторинга. – Саранск, 2013. – С. 169–173. – 0,25 п.л.

Подписано в печать 25.02.13. Объем 1,0 п. л.  
Тираж 100 экз. Заказ № 247.

Типография Издательства Мордовского университета  
430005, г. Саранск, ул. Советская, 24