

**НАЦИОНАЛНА ХУДОЖЕСТВЕНА АКАДЕМИЯ**

Факултет: Изящни изкуства

Катедра: Плакат и визуална комуникация

**АВТОРЕФЕРАТ**

на дисертация за присъждане на образователна  
и научна степен „доктор“

**НОВИ ЗНАЧЕНИЯ В ЗНАКОВИТЕ СИСТЕМИ НА  
СЪВРЕМЕННАТА ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ –  
СЕМАНТИКА, СИНТАКСИС, ПРАГМАТИКА**

Ивайло Анатолиев Тодоров

Научен ръководител: проф. д-р Кристина Борисова

София, 2024 г.

## **СЪДЪРЖАНИЕ**

### **УВОД.**

- 1. Тематичен анализ и обект на изследване**
- 2. Предмет на изследването**
- 3. Цел на разработката**
- 4. Задачи на изследването**
- 5. Съдържание и структура на дисертационния труд**
- 6. Методология на изследването**

### **ПЪРВА ГЛАВА: ОСНОВИ НА ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ВЪЗНИКВАНЕТО НА СЪВРЕМЕННИТЕ ЗНАКОВИ СИСТЕМИ ВЪВ ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ**

### **ВТОРА ГЛАВА: ИЗСЛЕДВАНЕ НА РАЗВИТИЕТО И ТЕНДЕНЦИИТЕ ВЪВ ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ ОТ КРАЯ НА XX ВЕК ДО НАЧАЛОТО НА XXI ВЕК**

### **ТРЕТА ГЛАВА: НОВИ ЗНАЧЕНИЯ НА ИНДИВИДУАЛНИТЕ ЗНАЦИ В ЗНАКОВИТЕ СИСТЕМИ НА СЪВРЕМЕННАТА ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ**

- 1. Стари знаци с ново значение**
- 2. Полисемични визуални знаци**
- 3. Иконични символи**
- 4. *Паразитни* знаци във визуалната комуникация и плакат**
- 5. Съвкупност от символи, които образуват нов знак**

- 6. Дублиране, заимстване и плагиатство на визуални знаци**
- 7. Интерпретация на посланието на визуални знаци спрямо контекста на знаковите системи**

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

- 1. Изводи**
- 2. Принос**

## **БИБЛИОГРАФИЯ**

## **УВОД**

### **1. Тематичен анализ и обект на изследване**

Визуалната комуникация е едно от най-старите изразни средства в човешката история. Тя е интернационален език, достъпен до хора от всички краища на света. Представява графично изображение, или съвкупност от много такива, които посредством метафора, асоциация или приемственост дават конкретна информация на техния зрител. С напредването на цивилизацията се увеличава необходимостта от визуални изразни средства, които да служат като архив за информация и да предават стари знания на новите поколения. От зората на човечеството до днес, визуалната комуникация никога не е отсъствала. Един от най-ранните примери за визуални знакови системи са скалните рисунки в пещерите Ласко и Алтамира, благодарение на които научаваме по-подробно за бита на праисторическия човек. В своето развитие визуалните знакови системи се формират посредством иконични изображения, които чрез своята сходност с натурата ни помагат да разчетем тяхното послание. Впоследствие тези иконични изображения придобиват нови значения, като всяко едно от тях

обозначава конкретна дума, а в зависимост от комбинацията се формират изречения. На този принцип са изградени първите писмености в Шумер и Древен Египет. В стремежа за обогатяване на това визуално изразно средство иконичните знаци се симплифицират в по-изчистен и минималистичен вариант, като по този начин се откъсват от натурата и се превръщат в абстрактни символи, чието значение трябва предварително да се знае от зрителя, за да може да бъде разчетено тяхното послание. В допълнение, с развитието на писмеността дадени символи спират да обозначават думи; вместо това всеки един от тези знаци отговаря на конкретна фонема. По този начин е много по-лесно при навлизането на нова дума в речника тя да бъде записана, вместо да се измисля чисто нов символ. На този принцип е базирана почти всяка писменост, която се използва в нашето съвремие, като, разбира се, успоредно с писмеността продължават да влизат в употреба и да се създават нови индивидуални визуални символи, пиктограми и запазени знаци, които сами по себе си обозначават даден предмет, действие или институция.

Днес употребата на визуални знаци се е превърнала в необходимост за човешкия бит и култура. На базата на индивидуалните визуални знаци всеки индивид може да извлече полезна информация за средата, в която се намира, а чрез структурата на знаковите системи визуалната комуникация и плакатното изкуство са способни да предават комплексни послания на своята аудитория. Един от най-утвърдените представители от семейството на визуалната комуникация е плакатът. В своята основа съвременният плакат представлява графично изображение, разпечатано и тиражирано върху хартиен носител, което носи конкретна информация от социален, културен или рекламен аспект. В композиционната си характеристика плакатът използва като изразни средства художествени изображения, графични знаци, типография, пиктограми и запазени знаци. Както поотделно, така и в съвкупност те имат за цел да привлекат вниманието на своя зрител и да му предоставят дадената информация по възможно най-достъпен начин. Комбинацията и йерархичната подредба на различните знакови

компоненти в плакатния формат изграждат единна графична знакова система, която служи като източник на информация за своя зрител.

Първообрази на плакатното изкуство могат да се намерят в Древен Египет и Древен Рим, но видът, в който го познаваме, датира след средата на XIX в., благодарение на творбите на художници като Жул Шире, Тулуз-Лотрек и Алфонс Муха. През този времеви период се наблюдава значително утвърждаване на средната класа и високо технологично развитие, поради което се увеличава интересът към културно-развлекателните мероприятия, а плакатът заема ролята на информационна медия, която е лесна за достъп и разпространение. През XXI в. плакатното изкуство се запазва като един от най-основните методи за визуална комуникация, а негови наследници смело могат да се нарекат уличните билбордове, скролери, калкани, телевизионни и онлайн реклами. Днес примери за визуална комуникация може да се наблюдават навсякъде в градската среда. Пътни знаци, информационни табели, книжни издания, етикети, опаковки, билбордове, плакати, брошури, лога и пиктограми – това са малка част от визуалните знакови системи, които съвременният човек среща в ежедневието си и които в особено голяма степен заемат съществена роля в неговия бит.

Успоредно с развитието на визуалната комуникация и плакатното изкуство може да се проследи развитието на индивидуалния знак като средство за предаване на информация. Културни, географски, исторически и технологични явления са фактори, които драстично могат да променят употребата на даден визуален знак. Тези явления не са единични случаи и имат ясно обясними причини, които най-вече са свързани със стремежа за оптимално приложение на визуалните знаци като набор от думи от езика на визуалната комуникация. В исторически план много визуални знаци се отдалечават от първоначалното си предназначение и днес може да се отбележи, че без дори да подозираме, сме потребители на визуални знаци, в които нашите предци са влагали други значения. Този феномен може да породи объркване и да провокира редица въпроси в сферата на семантиката, лингвистиката и визуалните изкуства. Именно поради тази причина е от съществено

значение да се запознаем със свойствата на визуалните знаци, както и с причините за тяхната многозначност, за да може да се изгради обща картина за бъдещето на визуалната комуникация и плакатното изкуство.

## **2. Предмет на изследването**

В този научен труд ще се разгледат примери на съвременни знаци и символи, използвани във визуалната комуникация и плакат, ще бъдат проследени ключови моменти от тяхното развитие, иновации от концептуален, художествен, естетически и утилитарен характер. Ще бъде направен анализ в хронологичен план на революционни тенденции във визуалните знакови системи. Ще се разгледат етапите на тяхната поява, развитие, значение, функция и принос в модерната цивилизация, от средата на XX век до началото на XXI век. Този конкретен период от време е свързан с много нови открития в науката, динамично развитие в областта на политиката, образованието, медицината, производството, информационните технологии и изкуствата, а успоредно с тях се развива и визуалната комуникация, която обслужва всяка една от тези сфери. Поради ускорената динамика на нашето съвремие е необходимо визуално-знаковите системи да запазят своята гъвкавост, съответно с това условие се наблюдава появата на нови знаци и влагане на нови значения в стари символи. Благодарение на технологичното развитие от последните няколко десетилетия визуалната комуникация и плакатът намират своето приложение както в градската среда, така и в дигиталните медии, а подборът от изразни средства става все по-неограничен. Независимо от иновациите в съвременните визуални знакови системи, тяхната основа се уповава на принципи и канони, заложили от зората на човечеството.

За да се извърши подробен анализ на знаковите изменения в днешни дни, би било коректно да се разгледат и примери, останали в миналото. Появата на нови носители на визуална информация

(билбордове, скролери, калкани, онлайн банери) определено оказва влияние върху бита на съвременното общество, но употребата на изразните средства – форма, цвят и композиция – остава непроменена. От семантична гледна точка група визуални знаци е възможно да променят своето значение спрямо географската ширина или епохата, в която съществуват, и е от съществено значение подобни примери да се анализират както в частен, така и в общ план.

### **3. Цел на разработката**

Темата на това изследване има за цел да се разгледат примери на знакови системи, символи и плакати от дадения период. Да се проследят утилитарните и визуалните качества в изобразителното изкуство, неговите семиотични характеристики, семантика, синтаксис и прагматика. Примерите на визуални знакови системи, които се употребяват от средата на ХХ до началото на ХХІ век, са в необозримо количество. Поради това е необходимо подбраните примери да бъдат синтезирани, структурирани и подредени в категории, с цел да станат по-ясно разбрани. Също така, за да се обърне обективно внимание на съвременните тенденции във визуалната комуникация и плакат, ще бъде необходимо да се извърши внимателен преглед на различни визуални знакови системи, останали в миналото.

Основна цел на труда е да се систематизират и развият знанията за механиката и естетическите качества на различните видове визуални знаци. Важно за изследването е проследяването на тяхното родословно дърво, развитието към различни направления, тяхната метаморфоза от естетическа и смислова гледна точка. Основен проблем е липсата на категоричното им класифициране с научни термини в сферата на визуалните знакови системи. Създаването на подобна класификация, която да отбелязва с различни наименования отделните визуални знаци, ще бъде от полза на бъдещите автори. В днешно време много художници и дизайнери в бранша използват различни изразни средства,

без да имат ясна представа за техния произход, история, механика, както и тяхното ясно въздействие върху предвидената аудиторията.

#### **4. Задачи на изследването**

Поради технологичната динамика на нашето съвремие, през последните няколко десетилетия се наблюдават драстични изменения във визуалната комуникация. За сравнително кратък период от време влизат в употреба хиляди нови визуални знакови системи, символи и стандарти. Наличната информация за техния произход, функция и логика е крайно недостатъчна, а източниците, които отговарят на тези въпроси, невинаги са достоверни. Разработките по тази тема засягат предимно проблеми, свързани с художествените и естетическите качества на знакови системи до средата на миналия век, а наличната литература е основно дело на чужди автори.

Полезен източник на информация е книгата *Pictograms Icons and Signs* (2006) на Раян Абдула и Роджър Хюбнер, която отговаря на въпроси, свързани със съвременните визуални икони и символи, начин на изграждане, значение и употреба. Главен фокус на изданието са пиктограми, знаци и икони, които имат за цел да подобрят съвременния бит, като намират своето приложение в пътни знаци, табели, маркировки, навигационни системи за градски транспорт, обществени сгради, опаковки на продукти и т.н. Книгата съдържа богата колекция от визуални знаци и знакови системи на автори от цял свят, като представя функцията на знаците от началото на миналия век до днес.

В петото издание на книгата *Megg's History of Graphic Design* (2016) на Филип Мегс и Алън Първис е представено подробно изследване на визуалната комуникация. В над петстотин страници книгата показва задълбочен анализ, който включва праисторическите скални рисунки, първите писмености, изобретяването на печатната преса, зараждането на плакатното изкуство и развитието на съвременния графичен дизайн. Това издание включва важни моменти в развитието на визуалната



комуникация в световен план и включва стотици илюстрации на голям брой автори.

Изследвания в сферата на запазения знак и неговото развитие са представени в книгата *The Way Logos Change* (2003) на Рафаел Фонтанел. В нея се разглеждат метаморфозите на шестдесет запазени знака на различни италиански компании през годините. Изданието съдържа богата колекция от изображения на логота за автомобилни марки, банки, самолетни компании, хранителни продукти, както и техните изменения от момента на създаването им до днес. Книгата анализира исторически факти за появата на запазените знаци и техните графични качества.

*Logo Modernism* (2020) е книга на автора Йенс Мюлер, която обединява близо шест хиляди логота на различни търговски марки през периода от 1940 г. до 1980 г. Изданието има за цел да проучи тенденциите в сферата на запазения знак и развитието на корпоративната идентичност. Проучването в книгата е разделено в три глави: *Геометрия*, *Ефект* и *Типография*, като всяка глава съдържа подраздели в отделни направления като *Форма*, *Общ символ*, *Растер*, *Контур*, *Овал*, *Плътност* и други. Освен богатата колекция от запазени знаци, книгата съдържа въведение от Йенс Мюлер за история на логата, както и творческите профили на осем изяви автори от цял свят, които имат значителен принос в графичния дизайн.

*Logo Beginnings* (2022) отново е книга на Йенс Мюлер, в която основната тема е фокусирана върху зараждането и развитието на запазените знаци. Времевият период, който книгата обхваща, е от 1870 г. до 1940 г., с над шест хиляди примера на запазени знаци. Колекцията в изданието проследява развитието на модерните запазени знаци, като представя отдавна останали в миналото логота, както и визуалните изменения, през които са преминали някои от съвременните запазени знаци. Проучването в книгата отново е разделено в три глави: *Геометрия*, *Ефект* и *Типография*, като всяка глава съдържа подраздели в отделни направления като *Форма*, *Общ символ*, *Растер*, *Контур*, *Овал*, *Плътност* и други. Този тип структура организира изданието в

подреден вид, като показва на читателите как формата е основен фундамент в сферата на графичния знак от неговата първа поява до днес.

Отговори на въпроси, свързани със семантиката и етимологията на знаците, може да се намерят в книгата *Signs and Symbols: An Illustrated Guide to Their Origins and Meanings* (2019) на Миранда Брус-Митфорд. Книгата съдържа визуални репродукции на над две хиляди знака и символа, изведени от флората, фауната, теологията, различните националности, изкуствата, цветовете, формите и писмеността.

Подробни разсъждения относно същността и творческия процес в плакатното изкуство са записани в книгата на професор д-р Иван Газдов – *Авторски плакат* (2011), където се въвежда терминът Авторски плакат – художествен плакат, който не е създаден с комерсиална цел. В дисертационния труд на професор Николай Младенов *Плакатно мислене – вродено или придобито. От натурно вищовото до философски концептуалното* (2005) се засягат теми, свързани със замисъла, мисловния процес и авторската идея, предпоставки за създаването на плакатната идея и символните изразни средства. Тези, както и други книги, статии, фотографии, репродукции, документални филми и консултации със специалисти от сферата на плакатното изкуство и визуалната комуникация изграждат стабилна основа, върху която стъпва конкретното изследване.

До днешна дата наличието на професионални литературни източници със съдържание, което обхваща изменението на значенията в знаците от визуалната комуникация и плакат, е все още недостатъчно. Налице са множество източници, книги, статии и филми, които се занимават в частност със значението на конкретни визуални знаци, но общата причина защо знаците променят своето значение не е напълно изследвана.

Задачите на изследването са да се допълнят част тези пропуски, като се направи подробен анализ на визуалните знакови системи във времевата рамка от последните няколко десетилетия. За целта е необходимо да се събере богата колекция от визуални знаци и системи

които да се разпределят в отделни категории, всяка от които е с особен характер, функция и визуални белези.

## **5. Съдържание и структура на дисертационния труд**

Структурата на дисертацията има за цел да проследи развитието на различните видове знакови системи, както и тяхното значение в нашето съвремие. За тази цел е необходимо да се намерят разнообразни примери на знаци и знакови системи от различни дялове на визуалната комуникация и плакат, които да се анализират от художествена, синтактична и утилитарна гледна точка. Това би дало яснота за структурата и функцията на визуалните знаци, както и за техните полисемични свойства. Стремежът е конструкцията на текста да бъде достатъчно разбираема, ясна и полезна както за обикновените читатели, така и за експертите в сферата на графичния дизайн.

Съществени точки в съдържанието на труда са:

1. Да се изясни какво представляват визуалните знаци и системите, в които те се употребяват.
2. Да се посочат предпоставки за зараждането на визуални знаци и символи от миналото и да се представи тяхната връзка със съвременните знакови системи.
3. Да се изгради родословно дърво на визуалните знаци и символи.
4. Да се структурират категории, описани с научни наименования, спрямо различната визуална, синтактична и утилитарна характеристика на видовете знаци.
5. Да се покажат функциите, употребата и необходимостта от визуални знакови системи в образованието, науката, изкуството и бита.

На базата на тези точки може по-ясно да се изгради представа за механиката и функцията на визуалните знаци, както и тяхната способност да променят своето значение.

За да се направи възможно най-добро проучване по темата, е необходимо да се извърши анализ на технологията и развитието на полиграфичните техники, както и тяхното въздействие върху визуалните знакови системи. Успоредно с технологичните иновации е редно да се обърне внимание и на необходимостта от визуални знакови системи в съвременното общество. В наши дни съществуват безброй фирми, предприятия, институции, организации и всички те се нуждаят от визуална идентичност, която да е достатъчно разпознаваема от обикновения потребител. Запазен знак (лого), отличителни цветове, шрифт и пиктограми са задължителни символи за изграждането на всяка една визуална идентичност. Тяхната цел е дори във възможно най-синтезиран вид те да запазят своята разпознаваемост.

## **6. Методология на изследването**

В рамките на изследването са анализирани конкретни визуални знакови примери, използвани в миналото и в нашето съвремие, с основен фокус да се проследи тяхното смислово развитие, графичен подход, функция и употреба през годините. В развитието на това изследване дадените примери се анализират и класифицират, като основната цел е да се отбележат появите и откритията на нови понятия, значения и стандарти във визуалните знаци и знакови системи.

Основната цел на изследването се фокусира върху графични образи, символи и иконични изображения във визуалната комуникация и плакат, които служат като средство за предаване на послание и информация, както и върху тяхната структура, механика и графични свойства. Разглеждат се визуалните характеристики, образ, цвят, композиция, както и тяхната функция, семантика, синтаксис и прагматика.

Подбраните примери са разгледани и анализирани от исторически, естетически и утилитарен аспект, с цел да бъде напълно ясна тяхната конструкция и функция във времевата рамка, която обслужват от своето създаване до днес.

Един от основните проблеми при изследването на визуални знакови системи е липсата на профилиран език. Създаването и налагането на подобен универсален език ще допринесе до голяма степен за коректното разбиране, усвояване и прилагане на визуални знакови системи сред специалистите в сферата на визуалната комуникация и плакат. Сред основните цели на разработката е да допринесе с понятия, които ясно да категоризират и поясняват дадените разновидности на различните знаци от визуалната комуникация и плакат, както и причини и фактори за техните смислови изменения.

## **ПЪРВА ГЛАВА**

### **ОСНОВИ НА ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ.**

#### **ПРЕДПОСТАВКИ ЗА ВЪЗНИКВАНЕТО НА СЪВРЕМЕННИТЕ ЗНАКОВИ СИСТЕМИ ВЪВ ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ**

В първа глава се извършва преглед на основите на визуалната комуникация. Функцията на изображенията като източник на информация, както и тяхното значение, приложение и необходимост. Всяко графично изображение, което е способно да предаде информация на своя зрител, е коректно да се разглежда като вид знак. Знакът стои в основата на всеки вид комуникация, като в това число влиза всеки един дял от визуалната комуникация. Това е изобразително изкуство, в което авторът предава конкретно и ясно послание на своите зрители посредством графични изображения.

За да бъдем напълно наясно със структурата на знаците във визуалната комуникация и плакат, ще се запознаем с основните характеристики на знака, според семиотиката, както и неговите три разновидности – икона, символ и индекс. На базата на тази знакова характеристика и терминология може да се извърши коректен анализ на подбрани примери, които оформят съвременната визуална комуникация. Разясняването на основната характеристика на знака помага за разбирането на неговата структура и функция в общ план, което улеснява процеса на разбиране на всеки един знак или знакова система в частност.

Основата на образа във визуалната комуникация и плакат е до висока степен подчинена на основите на семиотиката, чиито родители са Фердинанд дьо Сосюр<sup>1</sup> и Чарлс Сандърс Пърс<sup>2</sup>, които работят успоредно и независимо един от друг. Семиотиката е дял от лингвистиката, тя се занимава конкретно с видовете знаци и предаването на техните значения. Важно е да се отбележи, че знакът е всеки един обект, който съдържа послание и служи като метод за комуникация. Според Сосюр знакът е основната единица на значението и се състои от два компонента – обозначител и обозначен. В контекста на визуалната комуникация обозначителят е изображението, което предава информацията. Това може да бъде червен светофар, усмихнат емотикон, нарисуван бял гълъб и т.н. *Обозначеният* е обектът, който бива олицетворен – червеният светофар обозначава командата *спри*, усмивката – *щастие*, белият гълъб – *мир*. Семиотиката изпълнява

---

<sup>1</sup> Фердинанд дьо Сосюр (1857-1913) – швейцарски лингвист, баща на модерната лингвистика.

<sup>2</sup> Чарлс Сандърс Пърс (1839-1914) – американски философ, основател на философското течение прагматизъм.

ключова роля за разбирането на това как различните визуални знаци олицетворяват идеи, емоции и съобщения за техните зрители. Според Пърс обозначителят може да се раздели на три подкатегории – икона, индекс и символ.

Иконата е знак, в който обозначителят, като изображение, улавя достатъчно достоверно характерните белези на обозначения обект, така че зрителят да го разпознае. Добър пример за иконично изображение е фотографията, където изображението напълно отразява действителния обект. В семиотиката иконичното изображение трябва достатъчно убедително да репрезентира визуалната характеристика на даден обект, така че зрителят да не се нуждае от допълнителен контекст, за да разбере това, което наблюдава. Думата икона произлиза от древногръцки – εἰκόν [eikon], и означава *изображение/прилика*.

Символ, от латински – *symbolum*, означава знак, печат, белег. От древногръцки – σύμβολον [symbolon], означава знак, белег, сигнал. За разлика от иконата символът е абстрактен образ и неговото значение трябва да се знае предварително от зрителя, за да може да бъде разбрано заложеното послание. Символът обикновено има за цел да олицетворява нефизически обекти, действия и качества, поради което е необходимо да представлява абстрактно изображение, което не буди асоциации с вече съществуващи физически форми.

Индексът е вид знак, който има пряка причинно-следствена връзка с това, което обозначава. Това означава, че индексът е свързан със своя обект по конкретен и често физически начин. Връзката на индекса и неговия обект е връзка на съседство или близост. С други думи,

присъствието или появата на индекса са свързани с присъствието или появата на обекта. Връзката на двете не е произволна, а е основана на връзка от реалния свят. Думата индекс произлиза от латински – *index*, и означава откривател, индикатор, показалец. Примери за индекс са всички явления, които се образуват вследствие на минало действие или предвещават бъдещо действие.

Знакът във визуалната комуникация е изображение, което олицетворява обект, действие или идея. Състои се от два компонента: обозначителят (формата на знака) и обозначения (концепцията или значението, свързано със знака). Действителният обект е това, което знакът олицетворява, той съществува независимо от изображението. За да се проследи връзката между знака и неговото значение, е важно да се разгледа ролята на интерпретацията. Интерпретацията е умствен процес, който възниква в съзнанието на наблюдаващия, когато се натъкне на знак. Това е вътрешната представа или разбиране, което зрителят формира въз основа на знака. Интерпретацията е мисловният процес, който свързва знака с неговото значение. Нейната сложност зависи от контекста, опита и общата култура на зрителя. Когато светне зелен светофар на улицата, колите потеглят. Зеленият светофар обозначава командата за движение. Обозначеният е потеглянето на автомобилите. Представата, че зеленият светофар означава команда за движение, е общата интерпретация.

Визуалната комуникация като дял от изобразителното изкуство има функцията да създава хармонични изображения, които да бъдат наслада у своя зрител. Но за да съществуват като средство за информация, е необходимо да се намери баланс между хармоничното изображение и



неговото послание. За целта ще разгледаме изразните средства – цвят, композиция и форма – като компоненти за изразяване на авторската идея. Тези три изразни средства са основни в изобразителното изкуство, но също така са способни да съдържат знакови качества спрямо различните им стойности. Комбинациите от различни знаци и изразни средства оформя цялостното послание на всички произведения на визуалната комуникация.

Цвят, форма и композиция са фундаментални елементи във визуалната комуникация и плакат. Всеки един от тези елементи има ключова роля в предаването на информация и навигирането на зрителните възприятия. Когато дадените изразни средства работят заедно, те създават хармонична и въздействаща взаимовръзка, която повишава цялостната ефективност на посланието. Добре структурираната композиция, с подходящи цветове и форми, е изпитана рецепта за визуално привлекателен дизайн. Но отвъд естетическата наслада изразните средства във визуалната комуникация имат функцията и целта да информират своя зрител. Поради тази придобита функция на изразните средства – цвят, форма и композиция, е уместно да ги разглеждаме като вид знакова система, чието значение е пряко свързано с дадения контекст.

Цветовете, като добре познат проводник на емоции, подсилват своето въздействие в комбинация с дадени форми и поставени в съответната композиция. Емоционалните качества на цветовете могат да бъдат подсилени или пренасочени в съчетание с други изразни средства. Много често, дадените елементи – цвят, форма и композиция – притежават символично съдържание, поради факта че са с абстрактен

характер. В комбинация дадените елементи могат да менят своето значение. Тяхната полисемичност предлага необозрим спектър за олицетворяването на сложни идеи.

Когато работят заедно, изразните средства могат да създадат визуален разказ. Подредбата на елементите дирижира окото на зрителя през поредица от информация, подобно на четене на история. Композицията ръководи възприятието на зрителя чрез подреждане на формите и употребата на цвят. Една добре структурирана композиция може да насочи погледа на зрителя към ключова информация, като гарантира, че желаното послание е ефективно поставено. Цветове и форми могат да повлияят на композиционната йерархия. В повечето случаи ярки цветове и изпъкнали форми могат да привлекат вниманието към по-съществени сегменти, докато бледи цветове и прости форми обслужват второстепенната информация.

Комбинацията от различни цветове, форми и композиционна структура може да доведе до запомняща се визуална идентичност. Последователното използване на тези елементи изгражда облика и разпознаваемостта на всяка търговска марка, компания и институция. Разпознаваеми цветове и форми могат да станат синоним на дадена марка, което позволява на зрителя незабавно да идентифицира и свърже даден обект с конкретната марка. В зависимост от своите стойности дадените графични елементи могат да подчертаят характера на обекта, който обслужват. Топли цветове като червено и оранжево олицетворяват външение и страст, докато студени цветове като зелено и синьо могат да внушават спокойствие и хармония. Геометрични форми като квадрат и триъгълник въздействат със своята стабилност и

сигурност. Кръг или елипса въздействат със своите обли форми, като излъчват спокойствие и единство. Комбинациите от различни изразни средства, както и техните значения са на практика неограничени.

За да сме напълно запознати с новите значения на знаци във визуалната комуникация и плакат, е редно да разгледаме ключови моменти, които са важни за тяхната поява, значение и развитие. Примери за визуални знакови системи могат да се намерят още от зората на човечеството. Изображенията, които служат като средство за информация, са в постоянно развитие, с цел да обслужват нуждите на съвременния човек. С развитието на цивилизацията се появяват нови знаци, които обозначават непознати досега идеи и обекти. В допълнение, много знаци излизат от употреба или се адаптират, като заемат чисто ново значение. В зависимост от времевата и географската гледна точка всеки знак има способността да изгуби или замени своето значение, както и да съществува с няколко различни значения. Подобно на разговорен език, всички тези особености оформят и обогатяват визуалния речник както на зрителя, така и на автора. Преглед на историческото развитие на знаковите системи е от ключово значение за проследяването и разбирането на тяхната логика. На базата на техния произход може да се отговори на въпроси защо и как визуалните знакови системи функционират и също така да се изготви предполагаема прогноза за тяхното развитие в бъдеще.

От праисторически времена до наши дни визуалното изкуство е неизменна част във всяка една цивилизация и култура, като неговата употреба е както естетическа, така и с цел да служи като източник на информация. Чрез натоваарването на дадени изображения с функцията

да съдържат значение се формират първите графични знаци. Индивидуалните графични знаци обозначават конкретни идеи и обекти, с единно значение в обществото, което обслужват. С развитието на визуалната комуникация индивидуалните графични знаци се съчетават в знакови системи, с цел да изразяват по-комплексни послания. На този принцип се формират първите протописмености, които комбинират иконични изображения и изграждат общ смисъл.

Макар и писмеността да се развива до степен, в която е способна да изразява сложни идеи, действия, обекти, теории и факти без никакви ограничения, тя не би могла да измести употребата на индивидуалния графичен знак. Основният мотив за създаването на азбуката е да съществува визуална знакова система, която да обозначава обекти, които не се нуждаят от общоприет знак. Но въпреки че писмеността може да обозначи даден обект, тя невинаги може да пресъздаде емоционалната връзка, която има един графичен знак със същото значение. Например думата *кръст* едва ли има същото въздействие като графичния знак за кръст. В конкретния пример думата обозначава графичния знак. Но графичният знак е способен да провокира, докато думата е само неутрален източник на информация и няма емоционалната денотация на графичния знак. Писмеността се е утвърдила като инструмент за предаване на информация, но макар и като дял от визуалната комуникация, нейната употреба е по-често утилитарна. В чести случаи индивидуалният графичен знак има много по-силно въздействие, по-бърза разпознаваемост и заема по-малко място от една изписана дума. Това свойство на индивидуалния графичен знак го превръща в незаменим инструмент в сферата на

визуалната комуникация. В областта на плакатното изкуство лаконичността на израза е основен стремеж и евентуалната употреба на писменост се прилага с цел да обслужва плакатния виц или се свежда до изписване на важна информация.

Индивидуалните графични знаци са предшественици на писмеността, но поради своята доказана функционалност продължават да се използват и създават до днес. Употребата на тези графични знаци може да се забележи през най-ранните етапи на различни цивилизации, с цел да придадат облик на сложни идеи. Индивидуалният графичен знак може да се раздели на три подкатегории – **знак за идентичност**, **знак за възглед** и **знак за напътствие**. Знак за идентичност е всеки един знак, който обозначава дадена личност, предприятие, институция, организация, националност, идея или обект. Това е знак, с който неговият автор или собственик заявява своята позиция и присъствие. Знак за възглед е всеки един знак, който обозначава дадена идея и може да послужи като индекс за възгледите на даден човек или общност. Често, когато дадено лице употребява знак за идентичност на идея, той заявява позиция, че стои зад тази идея и споделя нейните възгледи. Знак за напътствие е всеки един знак, който се намира около нас и служи като индекс за пространството, в което се намираме. Тези знаци изпълняват съществена функция да служат като средство за ориентир и улесняване на навигацията сред непознатата среда.

Всеки вид комуникация е основан на базата на знаци и тяхното значение. В това число влиза и визуалната комуникация, където знакът е основен елемент, без който тя не би могла да функционира. Правилното възприятие на един графичен знак зависи от контекста на

средата, в който е поставен, неговото общокултурно значение и емпиричната интерпретация на зрителя. Както вече уточнихме, според семиотиката, един знак може да се раздели на три вида – икона, символ и индекс, спрямо неговата структура и характер. Във визуалната комуникация индивидуалният графичен знак се разделя на функционалните направления – знак за идентичност, знак за възглед и знак за напътствие, като всеки един от тях съдържа характерни белези със своята форма, цвят и композиция. Всички тези качества определят значимостта, визуалния характер и разпознаваемостта на графичния знак. Тези негови характеристики са изградени с времето и спазването на тяхната логика помага за лесното възприемане на чисто нови знаци както в частност, така и в знакова система. Знаковите системи във визуалната комуникация са съчетание от група визуални знаци, които обслужват конкретна сфера. Всеки един знак обслужва конкретна необходимост, съответно явленията *знаци които, излизат от употреба* и *появата на нови знаци*, не са изключение при знаковите системи. Във визуалната комуникация знаковите системи могат да се разделят на две категории – *графична знакова система* и *хибридна знакова система*.

Графичната знакова система представлява система от графични знаци, които формират цялостно значение, когато са подредени в специфична комбинация. Този тип знакова система е способен да предаде информация без значение от средата, в която се намира. Такъв пример е всяка писменост, която изразява сложни идеи чрез комбинация от изображения. При логографската писменост всеки знак обозначава конкретна дума, но оформянето на цялостно послание се нуждае от комбинация от знаци. При фонетичната писменост всеки

знак обозначава конкретна буква и съчетанието от знаци образува думи. Още един пример са писмените знакови системи, които се използват в математиката, химията, физиката, биологията, музиката и много други, където комбинации от графични символи се използват като изразно средство в дадената сферата.

Хибридната знакова система представлява система от индивидуални графични знаци, чието значение не се нуждае от комбинация с други графични знаци. Вместо това тяхното значение е в пряка зависимост от средата, в която са поставени. По този начин един индивидуален графичен знак в пряка връзка с физически обект, е способен да предаде ясно послание, като физическият обект се превръща във второстепенен знак, който е част от знаковата система. В наши дни такъв пример са пътните знаци, пиктограмите в градския транспорт и обществени сгради, знаците в даден потребителски интерфейс и други. Тези примери са групи от знаци за напътствие, които са подчинени на единна логика и графична структура, с цел да бъде ясно на зрителя, че принадлежат към обща знакова група. Но въпреки че дадените знаци, в случая, са част от обща група, смисълът на всеки знак е напълно ясен поотделно, без нуждата да са част от обща комбинация.

## **ВТОРА ГЛАВА**

### **ИЗСЛЕДВАНЕ НА РАЗВИТИЕТО И ТЕНДЕНЦИИТЕ ВЪВ ВИЗУАЛНАТА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ ОТ КРАЯ НА ХХ ВЕК ДО НАЧАЛОТО НА ХХІ ВЕК**

В тази глава се извършва подробен преглед на визуалната комуникация и плакат от дадения период, а също така анализ на естетическите и приложните функции на визуални знаци и знакови системи, както и тяхното разпространение в съвременния информационен поток. За целта ще се разгледат подбрани индивидуални знаци и знакови системи в плакатното изкуство, характерни за последните няколко десетилетия от миналия век до нашето съвремие. Даденият времеви период е свързан с развитие в науките, технологията, образованието, медицината, глобалната комуникация, политическите, социалните и културните възгледи. Съответно появата на всяко ново понятие се нуждае от визуален знак, който да го обозначава.

От особено значение за темата е да бъдат разгледани характерни тенденции във визуалната комуникация през последните няколко десетилетия на миналия век до днес. Употребата на конкретни комбинации от изразни средства може да се забележи в циклична поява през определен период от време. Анализ на тази тенденция е способен да отговори на въпроса защо някои стари знаци приемат нови значения.

През 60-те години в САЩ се формира така нареченото хипи движение. Основната идеология на хипи движението е да се противопостави на военните конфликти и консуматорската идеология,



като проповядва философия за мир и любов, чрез изкуство и алтернативен начин на живот. Основен елемент във визуалната идентичност на това движение са флоралните мотиви. Те са символ на природата и невинността като контрапункт на урбанизацията и войната. До голяма степен визуалната идентичност на хипи движението черпи своето вдъхновение от сецесиона. Сецесион е течение в изобразителното изкуство, архитектурата и дизайна от времето на индустриалната революция. Основен мотив на това течение е да интегрира красотата на природата в иначе потискащата градска среда от индустриални тухлени сгради със задимени комини. Хипи движението, аналогично със сецесиона, се развива по време на силно технологично и икономическо развитие, което поражда нуждата от природната красота като елемент в изкуството. Това провокира група американски плакати от 60-те да се обърнат към произведения на свои колеги от края на XIX век. Адаптация на изображения от сецесиона през 60-те години на миналия век е честа практика, като случаите варират от директно заимстване на изображения до естетическо вдъхновение на авторите.

Адаптацията и имплементирането на познати изображения в нови произведения е заложена в поп-арт течението от края на 50-те години на миналия век и не е непозната за изобразителното изкуство от това време. В музикалните среди такъв тип проява може да се нарече *кавър* или *трибют*. Това е вид изява, в която един автор прави реверанс на друг, като пресъздава чуждо произведение със собствени изразни средства. Несъмнено заимстването и адаптацията на чужди изображения може да се разгледа като проява на плагиатство и кражба на интелектуален труд, ако употребата на тези изображения не е упомената от авторите, които

ги заимстват. Но мотивът за тяхната употреба може да се погледне като романтичен поглед към времето на сецесиона и проява на отрицание на авторите към тяхното съвремие, изразено в стремеж за връщане към други времена.

Авторите във всяко едно изкуство черпят вдъхновение от своите предшественици, като по този начин изграждат своята визуална обща култура и естетически вкусове. На базата на това последователно, общокултурно наслояване се изграждат нови течения и стилове. По същия начин, не е невероятно и завръщането на стари тенденции с нов прочит, какъвто е примерът със завръщането на сецесиона през 60-те и 70-те години на миналия век. Този пример не е изолиран случай и негов аналог може да се проследи назад в историята на изкуството, с Ренесанса през XV век, където художниците все по-малко се съобразяват с църковния канон и се връщат към естетиката на изобразителното изкуство от Древна Гърция.

Завръщането на стари похвати във визуалната комуникация се наблюдава и през последното десетилетие от нашето съвремие. Тази цикличност е естествен процес, основан на базата на предходни събития и тенденции в графичния дизайн. През последните няколко десетилетия западната поп култура успешно покорява света. Нейната музика, кино и търговски продукти се разпространяват в глобален план и всички те са представени със собствен графичен дизайн, който обслужва визуалната комуникация и диктува нейните тенденции. Всяко едно от тези десетилетия е свързано с неговата характерна визия и оказва влияние за облика на съвременната визуална комуникация.

Макар и приложната графика да се практикува от векове, терминът *графичен дизайн* е въведен през 1922 г. от типографа Уилям Дуигинс, а употребата на термина става масова през последните няколко десетилетия. В своята основа графичният дизайн е изразното средство на изобразителната визуална комуникация, или казано по друг начин – графичният дизайн оформя облика, чрез който визуалната комуникация предава своето послание. Изразните средства – форма, цвят и композиция – се отразяват върху значението на образа, но тяхното съчетание се влияе от тенденциите в графичния дизайн, които са пряко повлияни от социалните и културните фактори на своето време.

Последните няколко десетилетия са плавен преход от аналоговата към дигиталната ера. В нашето съвремие филми, музика, фотография, обекти и форми на изкуство са достъпни под формата на файлове, архивирани в лични дигитални устройства или в *облаците* на онлайн платформи за филми, музика и информация. Липсата на аналогов, физически обект отстранява чувството за притежание сред потребителите и създава усещането, че даденият предмет не съществува извън дигиталната среда. Тази липса в аналоговия свят поражда тенденцията за завръщане на грамофонната плоча, лентовия фотоапарат и други предмети от миналото, които предлагат физически носител на изкуство и информация. Следствие от тази тенденция е неизбежната романтична носталгия по времето, към което принадлежат дадените предмети от миналото, което се забелязва и сред поколенията, които не са живели в това време. Това е основна причина за навлизането на така наречената *хипстър* култура през последните десетина години. *Хипстър* културата се заформя като алтернативно движение сред младите, които

отричат популярните съвременни тенденции и изразяват своето отрицание с *ретро* стил на обличане, изявен интерес към *Indi*<sup>3</sup> (независимите) изкуствата, както и афинитет към ръчно изработени продукти и предмети от миналото. За сравнително кратък период от време *хипстър* културата излиза от рамките на алтернативното и се превръща в масова мода.

Ретро носталгията се отразява на съвременната поп култура и графичния дизайн от последните десетина години. Аналогично със заимстването на сецесиона през 60-те години на миналия век, днес заимстването на графични похвати от миналото е честа практика, с цел бягство от съвремието и връщане към миналото. За разлика от психеделичния дизайн на 60-те, където основен фокус на вдъхновение е сецесионът, съвременният ретро дизайн не се уповава на конкретно течение от миналото и черпи своето вдъхновение от естетиката през 20-те и чак до 80-те години на миналия век, като в общ план може да се каже че носталгията не е към конкретно десетилетие, а се отнася за целия XX век.

Освен като инструмент за носталгия и форма на ескейпизъм<sup>4</sup>, приложението на стари визуални похвати в съвременния графичен дизайн има и още една знакова функция. Нашето съвремие предлага богато разнообразие от продукти на пазара, съответно част от качествата, с които дадена търговска марка може да изпъкне, са нейните традиции и опит в бранша, както и устойчивост на продукта, който предлага. За тази цел редица търговски марки залагат на комбинации от

---

<sup>3</sup> Indi – накратко от Independent (независим), на английски.

<sup>4</sup> Ескейпизъм (на английски: escapism) – форма на бягство на ума от ежедневието, най-често чрез умствени развлечения и използване на въображение.

форми, цветове и композиции, които са познати от миналото. Употребата на тези изразни средства в графичния дизайн на дадени продукти въздейства на потребителите като знак за качество, с който дадена марка изпъква пред конкурентните алтернативи. Съответно може да се каже, че всяка тенденция в графичния дизайн е способна да се превърне в знак за качество, ако отлежи известно време и издържи теста на времето.

В подкрепа на това твърдение могат да се разгледат подбрани примери на запазени знаци на известни компании, от последните няколко години. Всяка уважаваща себе си компания притежава индивидуален знак за идентичност (запазен знак), който служи като визуален представител, или *лице* на дадената компания пред зрителя. През годините почти всеки запазен знак претърпява своите визуални изменения спрямо плаващите тенденции в графичния дизайн. Тези промени се извършват с цел даденият графичен знак да бъде естетически адекватен за своето време, като по този начин индикира пред зрителя, че дадената компания, се развива и е актуална в съвременното. В зависимост от случаите графичните изменения на запазените знаци през годините варират от деликатни промени на цвят форма и композиция, до създаването на чисто нов знак, който да замени неговия предшественик. През последните няколко години от нашето съвремие се наблюдава тенденция сред редица известни компании да се обърнат към миналото и да вдъхнат нов живот с по-съвременен прочит на техните стари запазени знаци. Основен мотив за това се дължи на актуалната ретро вълна, както и на стремежа за изтъкване на традициите и опита на дадената компания.

Стремежът за развитие е черта на човешкия характер, която служи като двигател за цивилизационното развитие на нашия вид. Тази динамика може да се проследи и в тенденциите в графичния дизайн, където всяка нова мода е запомняща се, но след прекомерна употреба се превръща в клише, защото сетивата на зрителя се пренасищат и дадената визия губи силата на своето въздействие. Това визуално пренасищане поражда нуждата от поява на нова мода, или завръщане на стара тенденция, с по-съвременен прочит. Цикличността на модите през неопределен период от време е феномен, който е често срещан в историята и потвърждава сентенцията, че всичко ново е старо, и всичко старо е ново. Всяка графична мода или тенденция от визуалната комуникация е характерна със своите специфики в изразните средства – форма, цвят и композиция – които носят духа на времето, към което дадената тенденция принадлежи. Предвид факта, че визуалните изразни средства притежават знакови качества, завръщането на всяка графична тенденция предразполага нови интерпретации на тълкуване на дадените изразни средства, спрямо културните фактори от съвременното. Всяка графична мода или тенденция има за цел да даде облик на времето, в което съществува, като нещо ново, което се разграничава от старото. Съответно завръщането на една такава тенденция може да се разгледа като знак от миналото, когато се употребява в чистата си форма, или като стар знак с ново значение, когато се завърне с нов контекст. Употребата на стари графични тенденции и знаци с нов прочит, е логично действие, което до известна степен обезсмисля създаването на чисто нов аналог. Или казано по друг начин, няма смисъл от откриване

на нещо ново, ако има пример от миналото, чийто контекст се е изгубил във времето и е богатен за нова интерпретация.

Влиянието на културни, технологични и исторически фактори оказва ключово въздействие върху модерния бит, който с цел да функционира възможно най-оптимално е обслужван от визуалната комуникация. Всички значителни идеи или обекти от бита биват обозначени чрез визуална знакова система или индивидуален визуален знак, който предава конкретна информация на своя зрител. Тази визуална информация служи като ориентир в забързаното ежедневие, като по този начин създава удобство и въвежда ред в обществото. *Олицетворяването* на нова идея или обект чрез индивидуален визуален знак е отговорна задача, която изисква от определения знак да съдържа запомнящ се образ, който е достатъчно характерен и не притежава визуални сходства със знаци, които се използват с друго значение. Когато тези качества са спазени, съответният визуален знак е способен да добие лесна разпознаваемост сред зрителите, без да създава колебание и объркване. За тази цел визуалното обозначаване на даден обект или идея е възможно чрез създаването на чисто нов необременен знак, или чрез използването на стар знак, който отдавна е излязъл от употреба и неговото значение е отворено за нови интерпретации. Независимо от това кой от двата принципа бива приложен, успеваемостта и единодушното разбиране на един знак е в пряка зависимост от това до каква степен той бива наложен и употребяван в обществото.

## ТРЕТА ГЛАВА

### НОВИ ЗНАЧЕНИЯ НА ИНДИВИДУАЛНИ ЗНАЦИ В ЗНАКОВИТЕ СИСТЕМИ НА СЪВРЕМЕННАТА ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ И ПЛАКАТ

В трета глава се разглеждат примери на знаци, които променят своята смислова или визуална структура, в резултат на което променят своето значение, или добиват многопластово разбиране, от сегашна гледна точка. Промяната в значението на всеки един знак е често срещан процес, от който нито един знак не е застрахован, а причините, поради които то може да се промени, варират както от културна, времева, географска и историческа точка, така и от гледна точка на интерпретация и контекст.

Във визуалната комуникация и плакат всеки изобразителен компонент, който авторът използва, е вид знак, който носи конкретно послание на зрителя. Погледнато по този начин, визуалната комуникация може да се разгледа като интернационален визуален език, който се уповава на изобразителното изкуство като инструмент за предаване на ясна информация. Като всеки един език, визуалната комуникация се намира в постоянен процес на развитие, въз основа на времеви и географски фактори, които обогатяват както вербалния, така и визуалния речник с нови понятия и идеи от културно, философско, научно и технологично естество. Раждането на нова идея или понятие винаги започва с неговото обозначаване с вербален знак – дума/име, с което дадената идея официално отбелязва своето присъствие на бял свят. Разбира се, в съвременния свят всяка вербална дума върви успоредно със своя писмен еквивалент. Съответно всяко ново понятие може да се изрази визуално чрез писменост – графична знакова система от символи, които чрез правилна последователност обозначават конкретната дума. Писмеността като знакова система има свойствата да



предава и архивира информация от разнообразно естество чрез визуална медия. Но нейната функция за успешно предаване на информация изисква от читателя да владее езика на съответната писменост. Този недостатък на писмеността поражда нуждата от създаването на индивидуални графични знаци, които да обозначават значими понятия, с цел да придобият световна разпознаваемост. В световен план вероятно съществуват хиляди думи за *любов*, на различни езици и писмености, но несъмнено графичният символ за *сърце* е способен да предаде успешно това послание към всяка една географска точка по света. Този, както и много други примери доказват глобалния успех на знаците във визуалната комуникация, като средство за предаване на информация.

Основна цел на визуалната комуникация като език е да служи като ясен източник на информация в световен план, без значение от етноса, гражданството, майчиния език и възрастта на зрителя, който усвоява информацията. Тази универсалност в употребата на визуалната комуникация обединява хора от цял свят чрез визуален език, с който всеки е способен да общува. Във визуалната комуникация всеки индивидуален графичен знак отговаря на конкретна дума, изградена от съставните части форма и цвят, които определят смисловото значение на знака, а композицията определя словоредата и общото значение на всяка една визуална знакова система. С развитието на всеки един език много думи губят или променят своето значение и в това число визуалната комуникация не прави изключение. В своята история визуалната комуникация ни запознава с редица примери на знаци, чието послание се променя във времето. За целта ще разгледаме седемте най-чести причини за промяната в значението на визуалните знаци.

## 1. Стари знаци с ново значение

Поради постоянния процес на развитие и динамика, в сферата на визуалната комуникация се наблюдават знаци, които остават забравени във времето. Това се дължи на факта, че тяхното предназначение е изгубило своята потребност или биват заменени с по-ефективни алтернативи. Когато даден знак излезе от употреба, неговото значение често може да остане забравено във времето. Това позволява на дадения знак да се възвърне с изцяло нов прочит и значение, особено когато той представлява абстрактно изображение или символ, който не предава ясна и първосигнална информация на зрителя. Съществуват и примери, в които ново понятие може да се изобрази с най-близкия по значение знак. В тези случаи старият знак или разширява своето значение, обслужвайки двете понятия, или заменя своето старо значение с ново, в зависимост от неговата употреба, контекст и общоприето значение. Абстрактното естество на който и да е графичен символ е способно да обозначи всяка една възможна идея, обект или действие, но ясното послание на символа зависи изцяло от общоприетото му значение. Съответно измененията в значението на даден символ не се влияят единствено от времевата рамка, в която се употребяват, но също така и от географската точка, в която се намират, както и от значението, което обществото влага в него.

## 2. Полисемични визуални знаци

Полисемичен знак е термин от семиотиката и лингвистиката, който се отнася за знак с няколко възможни значения или възможности за интерпретация. Терминът *полисемия* произлиза от гръцки (*πολυσημία*), като съчетава думите *поли* (*πολύς* - много) и *сема*, (*σημα* - значение). Съчетанието от двете думи се превежда като *многозначен*. В полисемията знакът, като обозначител, се асоциира с различни

обозначени понятия и неговото ясно значение може да се определи в зависимост от контекста, в който се използва. Във визуалната комуникация полисемични знаци могат да се нарекат всички изображения, които не са с ясно установено общоприето значение и са способни да предизвикат разногласия сред зрителите спрямо информационното съдържание на знака. В дадени случаи конкретен символ лесно може да промени своето значение или да съществува с две различни значения. Прост пример са символите графемите „В; р; у; и“, които съществуват както в кирилицата, така и в латиницата, но обозначават съвсем различни фонемни. Тези адаптации в смисловата промяна на графемите са с цел дадената писменост да може оптимално да обслужва езиковите групи, които я използват. Съответно правилното тълкуване на този тип знаци е пряко свързано с контекста, в който са поставени. Значението на всеки един знак зависи от средата, в която е поставен, а средата до голяма степен оформя контекста. Във визуалната комуникация всеки един знак може да се разгледа като визуална дума, която е способна да функционира сама по себе си, но също така може да се впрегне в *изречение*, когато се комбинира с други знаци. На този принцип работят знаковите системи. Те поставят контекста и средата, в която даден знак се намира, и по този начин определят цялостното му значение.

Съществува и още една група полисемични визуални знаци, които се употребяват с няколко общоприети значения и могат да се определят в зависимост от контекста, в който се употребяват. Този феномен може да се получи, когато новопоявило се понятие се обозначава с най-близкия по значение визуален знак, като по този начин даденият знак разширява своето значение. Друг възможен сценарий за появата на полисемичен знак може да се получи, когато иконично изображение придобие функцията на символ. Например изображение на лъв може да се разгледа като иконичен знак, който обозначава лъв. Но също така иконичното изображение на лъв може да се интерпретира със своята конотация като символ за храброст, гордост и благородство. Така погледнато, всяко иконично изображение може да се разгледа като

полисемичен знак, когато се асоциира с функцията или качествата на обекта, който обозначава.

### **3. Иконични символи**

Иконични знаци, които обозначават конкретен обект, много лесно могат да загубят своето значение, когато този обект стане архаичен и непознат в съвременния свят. Това явление дава възможност на дадените иконични знаци да променят своето значение и да се превърнат в абстрактни символи. Всяко едно иконично изображение наподобява характерните визуални белези на обекта, който обозначава. Често дадено иконично изображение може да се разгледа като символ на определено качество, което обозначаеният обект притежава. Чрез асоциация между обект и качество е много лесно иконично изображение на слънце да се възприеме като символ за светлина, снежинка – студ, лъв – храброст, камбана – звук, череп – смърт. Но когато даденият обект изчезне, познатата форма на иконичното изображение също изчезва и единственото, което може да се запази, е качеството на символ в дадения знак. Един от най-разпространените примери за подобни символи е знакът за посока – стрелка. В графичната си характеристика този символ произлиза от стилизирано изображение на стрела или копие, но излиза от контекста на дадения обект, като се фокусира върху неговите свойства на движение и посока. Подобни примери за иконични изображения на обекти, за които днес може да се каже, че са излезли от употреба, са телефонна слушалка, дискета и пясъчен часовник. Макар и тези обекти да са архаични за съвременния бит, техните иконични изображения продължават да се употребяват като символи за качествата, които действителните обекти притежават.

#### 4. Паразитни знаци във визуалната комуникация и плакат

*Паразитни* знаци е термин, който години наред се употребява в ателиетата по плакат на Националната художествена академия. Както подсказва името, паразитните знаци във визуалната комуникация представляват скрити образи, които могат коренно да променят общото значение на един плакат или знак. *Паразитните* знаци често са неумишлено поставени от автора и той може дори да не осъзнава тяхното съществуване до момента, в който зрителят не ги открие. Несъзнателното поставяне на знаци във всяка форма на визуалната комуникация крие риск от промяна на общото послание на образа, което създава объркване в комуникацията между автора и зрителя. Или казано по друг начин, това, което авторът иска да покаже, не е това, което зрителят вижда. Поради тази причина художниците и дизайнерите, които се занимават с визуална комуникация, е необходимо да подхождат с внимание при избора на изразните средства форма, цвят и композиция.

Вероятно един от най-известните примери за паразитен знак е дело на френския писател Антоан дьо Сент-Екзюпери, с илюстрация на авторска детска рисунка от литературното произведение *Малкият принц*, за която авторът пише от първо лице: *Показах шедьовъра си на възрастните и ги попитах дали моята рисунка ги плаши. Те казаха: „Защо една шапка би била страшна?“ Рисунката ми не беше на шапка. Беше змия боа, която смила слон.*<sup>5</sup> Погледнато от семиотична гледна точка, рисунката на Сент-Екзюпери може да се разгледа като иконично изображение, което зрителят оприличава и разпознава като физически

---

<sup>5</sup> SAINT-EXUPÉRY, Antoine, 1995. *The little prince*. Стр. 10.

обект, макар и това, което той вижда, да е съвсем различно от това, което авторът цели да изобрази. До известна степен рисунката на Сент-Екзюпери провокира аналогичен философски въпрос, какъвто има и при *лулата* на Рене Магрит, а именно – Как точно човешкото съзнание оприличава едно изображение на обект от действителността? Разбира се, точно както *лулата* на Рене Магрит не е лула, така и рисунката на Сент-Екзюпери не е нито шапка, нито змия боа, която смила слон, тя е изображение върху лист хартия, от което зрителят извлича информация на база на собствен опит и интерпретация. Но когато един визуален знак не е достатъчно ясен, зрителната интерпретация може да бъде различна от идеята на автора. На този принцип работят *паразитните* знаци, когато комуникацията между автора и зрителя е неясна.

Разбира се, *паразитните* знаци невинаги са видими за всеки зрител. Успешната визуална комуникация се уповава на единодушното възприятие на общата маса, където авторското послание е напълно ясно за възможно най-широк кръг от хора. Паразитните знаци често могат да бъдат видими за определена група хора и напълно недоловими за други, или казано по друг начин – там където някой вижда шапка в илюстрацията на Сент-Екзюпери, друг може да види змия боа, която смила слон. На същия принцип работи тестът за психологическо оценяване, измислен от швейцарския психолог Херман Роршах, от 1921 г. Тестът представлява поредица от абстрактни мастилени петна върху хартия, които пациентът трябва да оприличи на обекти от действителността. Тестът на Роршах показва, че човешкото съзнание е склонно да търси и разпознава познати форми в двуизмерни изображения. Но колкото по-абстрактно е едно изображение, толкова

по-субективна става интерпретацията на зрителя. Поради тази причина е необходимо художниците в сферата на визуалната комуникация да се уверят, че знаците, които употребяват, са достатъчно ясни за предвидената целева група от зрители.

## **5. Съвкупност от символи, които образуват нов знак**

В своето естество графичните символи често представляват абстрактни изображения с общоприето значение, което трябва да се знае предварително от зрителя, за да може да разбере посланието на знака. В една графична знакова система, каквато е писмеността, комбинацията от графични символи определя цялостното послание на текста. Макар и графемите от всяка една европейска писменост да представляват абстрактни символи, определени комбинации от знаци са способни да образуват самостоятелен иконичен знак, който може визуално да се оприличи с обект от природата. По този начин се образува *паразитен* знак, който обаче не се крие в неяснотата на индивидуалния знак и е следствие от два или повече знака, поставени в конкретна последователност. На този принцип всеки индивидуален графичен знак може да се използва като модул в знакова система, която да образува знак с ново значение. Днес този модулен знаков похват може да се забележи в неформалната писмена реч, където съчетанието от графични символи се нарича емотикон и служи като индекс за емоционалното състояние на пишещия.

Етимологично погледнато, думата емотикон е съвкупност от латинската дума за емоция (*emoveo*) и гръцката дума за икона (*εἰκών*), заедно сформират понятието икона на емоцията. От художествен аспект емотиконите представляват графични изображения, синтезирани до степен, в която са запазени основните човешки черти от лицевия дял и са изведени до най-чистата възможна форма, без излишни елементи.

Това е подходът и стремежът на художниците и графичните дизайнери, които притежават така нареченото *плакатно мислене*, а именно търсенето и намирането на пътя от натурата и реализма към знаковото въздействие.

## **6. Дублиране, заимстване и плагиатство на визуални знаци**

Дублиране, заимстване и плагиатство са често срещани понятия във всяка една форма на изкуство. Общо погледнато, трите термина означават едно и също нещо – характерен знак или идея, която се повтаря в две различни произведения, по-често от двама различни автори. Трите термина вървят със своето степенуване, което пояснява обстоятелствата за появата на сходен знак или идея в две различни произведения. Най-неконкретния термин е *дублиране*, който се отнася за два подобни знака или идеи, при които невинаги може да се определи кой е първоизточникът. *Заимстване* се отнася за вече установен знак или идея, която се използва повторно в нова тема или контекст. *Плагиатство* се отнася за злоупотребата с установен знак или идея с комерсиална цел от трето лице, което претендира за авторски права върху дадения знак или идея.

По груба статистика може да се каже, че в световен план всяка година се появяват стотици хиляди нови запазени знаци и предвид факта, че общият стремеж за устойчив запазен знак е да съдържа чист и запомнящ се образ, често срещано явление е един и същи знак да се дублира с две различни значения. Разбира се, в тези случаи е трудно да се потвърди, дали става въпрос за умишлена кражба на интелектуален труд, или чисто съвпадение на изразните средства и авторска идея.



Общо погледнато, дублиране, заимстване и плагиатство на запазени знаци е феномен, който се наблюдава предимно когато първоизточникът е познат на локално ниво, но не е световно разпознаваем. По този начин се създава възможност, която позволява на локалния знак да се появи на друго място с ново значение. Разбира се, географската точка и масовата популярност на даден знак не е от значение, когато става въпрос за очевидното дублиране и употреба на запазени знаци. Случаите, в които даден знак се дублира, може да се разгледат като кражба на интелектуален труд, независимо от това дали авторът умишлено го е заимствал, или е чисто съвпадение. Масовата разпознаваемост на даден запазен знак несъмнено намалява шансовете от това този знак да бъде заимстван и употребен за цели, различни от първоначалното му приложение. Редки са случаите, в които някой би се осмелил да копира запазените знаци на *Mercedes*, *Volkswagen*, *BMW*, *Apple*, *Nike* и много други световноизвестни марки със запазени знаци, които са моментално разпознаваеми от зрителя, без да породят колебание. Макар и изброените примери да представляват индивидуални визуални знаци, които изцяло могат да обслужват редица сфери извън оригиналния им контекст, тяхната популярност и нееднозначност ги прави невъзможни за дословно копиране, поради факта, че зрителят винаги ще ги свързва с първоизточника. Поради тази причина често се срещат компании и производители, чийто запазен знак визуално наподобява знака на известна компания от същия бранш, но същевременно има достатъчно разлики, за да претендира за оригиналност. По този начин по-малката компания се присламчва към нечия позната визуална идентичност, с цел да добие фалшива разпознаваемост сред потребителите.

## **7. Интерпретация на посланието на визуални знаци спрямо контекста на знаковите системи**

Употребата на всеки един графичен знак, както и неговото ясно послание са в пряка зависимост от контекста, в който е поставен, което се определя от знаковата система, в която съответният знак фигурира. Всички индивидуални графични знаци олицетворяват конкретни понятия, идеи или обекти. Но когато са поставени в изолирана среда, индивидуалните графични знаци са лишени от контекст и не дават конкретна информация отвъд понятието, идеята или обекта, който олицетворяват. Съответно, за да може един графичен знак да изрази смислово послание, е необходимо да бъде комбиниран с поне още един знак (без значение дали е графичен или не), за да се определи неговата среда и контекст. Както вече изяснихме, средата на един знак, или неговата знаковата система, може да се раздели на два вида – графична и хибридна.

Графичната знакова система представлява знакова среда, която е изградена чрез комбинация от няколко графични знака, които заедно оформят цялостното послание, без да имат нужда от пряка връзка с околната среда. Такива примери са почти всички плакати, афиши, брошури, вестници, списания и други информационни материали.

Хибридната знакова система е знакова среда, в която един или няколко графични знака предават ясно послание в комбинация с физически обекти, които са в близост до тях. Пряката връзка между графичния знак и физическия обект превръща дадения обект в допълнителен знак, който помага за усвояването на посланието. Такива примери са почти всички пиктограми, табели, пътни знаци, маркировки и други.

Погледнато по този начин, всяко по-комплексно послание от визуалната комуникация може да бъде изразено чрез знакова система.

Визуален знак за идентичност олицетворява само и единствено неговия собственик, когато е поставен в изолирана среда. Този знак може да се разгледа като знак за възглед, когато трето лице го изобразява, споделя или носи като акцент в своята визия. Когато същият знак е поставен върху неодушевен предмет или сграда, може да се разгледа като знак за напътствие, който гласи, че даденият обект е дело или собственост на лицето, което се отъждествява със съответния знак. В тези примери един и същи знак може да се възприеме с различно послание спрямо контекста, в който е поставен. Макар и в дадените примери графичният знак да е само един, общото послание се определя от хибридната знакова система, в която физически лица и неодушевени предмети имат активно участие.

Употребата на едни и същи визуални знаци като инструмент за изразяване на различни възгледи е често срещано явление в плакатното изкуство. Ако разгледаме визуалната комуникация като графичен език, тогава можем да кажем, че всеки индивидуален визуален знак отговаря на конкретна дума, като съставна част от изречение, което се образува посредством визуалната знакова система. Съответно е напълно нормално за художниците плакатисти да използват един и същи арсенал от общоприети визуални знаци като съставни частици, оформящи общото визуално послание. Търсенето и откриването на невиджана досега авторска идея е естествен стремеж на всеки художник плакатист, но неговото послание е малко вероятно да бъде разбрано от зрителите, ако дадената идея не е изразена чрез знаци с общоприето значение. Макар и да не съществува математическа формула за създаването на успешен плакатен виц, и всяко правило в това изкуство да е по-скоро препоръка, в общ план може да се каже, че големите находки в съвременния плакат не се изразяват дотолкова в търсенето на нови знаци, колкото до нестандартното, но хармонично съчетаване на два вече познати знака. По този начин информацията от познатите знаци се надгражда с нови изразни нюанси, които оформят по-комплексни послания. Този похват дава възможност на зрителите да разпознаят използваните знаци като визуални компоненти от едно

послание и след като приложат кратък мисловен процес, да извлекат цялостната информация от дадения плакат.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

### **1. Изводи**

Съществена функция на визуалната комуникация и плакат е да служи като визуално средство за успешно предаване на информация. Като член от семейството на изобразителните изкуства, визуалната комуникация съдържа в своя характер художествен образ с естетически качества, които будят визуална наслада в очите на зрителя. Но за да служи като инструмент за предаване на информация, всеки един художествен образ от визуалната комуникация изпълнява и утилитарна функция, която се отразява на качеството на живот в човешкия бит и култура. Комуникацията като средство за предаване на информация е един от основните признаци за цивилизацията, от зората на човечеството до днес.

В своята структура и механика комуникацията се уповава на свойствата на знака като вербален или визуален сигнал с общоприето значение – от лицето, което го употребява, до лицето, което възприема знака. За разлика от вербалната реч всеки един продукт на визуалната комуникация има свойствата да се архивира през годините и да предаде своята информация на бъдещите поколения, поради факта че се изразява чрез физическа медия, която е устойчива във времето. Именно поради тази причина днес сме запознати с бита на древните култури, без да сме наясно с изговора на техния език. Също така това е причината визуалните знаци да не се губят във времето, но вместо това да губят или променят своето значение спрямо времеви, географски и културни фактори.

В нашето съвремие визуалните знаци, които се употребяват като проводник за предаване на информация, са на практика безброй. Част от тези знаци са създадени и въведени през последните няколко десетилетия, докато други се използват от векове, и макар невинаги да се употребяват с първоначалното си значение, няма как да не се изтъкне тяхната устойчивост.

Днес на рафтовете в книжарниците могат да се срещнат редица професионални и любителски книжни издания с богати колекции от визуални знаци, придружени от информация за техния произход и значение. Но в сравнително малка част от тях се изследват причините за промяната в тяхното значение през годините. Поради това обстоятелство примерите в този научен труд винаги могат да се допълват, но основната цел не е да се изяснят общоприетите значения на отделните знаци, а да се подредят в основни групи, на база на тяхната семантика, синтаксис и прагматика. Тази подредба и категоризация дава много по-ясна представа за графичната и смисловата структура на визуалните знаци, както и за тяхната механика и употреба в обществото. На този принцип много по-лесно може да се проследят причините за промяната в значението на визуалните знаци от миналото.

В основата на всяка визуална знакова система е заложена употребата на индивидуалния знак. Във визуалната комуникация и плакат всеки индивидуален знак изразява конкретно понятие, а комбинацията от знаци е способна да изрази комплексни послания, подобно на думи, които образуват изречения. Съставните елементи на всеки знак са неговите форми, цветове и композиция, като всеки един компонент крие своето знаково съдържание. Два фактора, определящи значението на индивидуалния знак, са неговата структура и принадлежност. На базата на семиотичните термини за подраздели на знака – икона, символ и индекс, много по-лесно се определя смисловата структура на всеки индивидуален знак. Вторият използван вид категоризация има за цел да изясни принадлежността на знаците във визуалната комуникация, а именно – знак за идентичност, възглед и напътствие.

В своята практическа употреба всеки индивидуален знак придобива контекст, когато се позиционира в знакова система. По този начин се определя приложението на знака, а неговото макар и ясно послание може да придобие различни нюанси. Знаковата система представлява съвкупност от знаци, които заедно оформят общото послание. В изобразителната визуална комуникация знаковите системи могат да бъдат графични, където всички използвани знаци са изобразени, и хибридни, където изобразителните знаци кореспондират с действителни обекти и заедно оформят общото послание.

Според дадените определения и категоризации за знаци и знакови системи се стига и до основните причини за промяната в значението на визуалните знаци, а именно:

1. Стари знаци, които губят своето значение и са способни да придобият ново общоприето значение.
2. Полисемични знаци, които обозначават няколко достатъчно близки понятия.
3. Иконични знаци, които се превръщат в символи на качествата, които дадените обекти притежават.
4. *Паразитни* знаци, или изображения, които не са умишлено поставени от автора, но въпреки това се забелязват от зрителя, поради което се променя посланието.
5. Съвкупност от графични символи, които заедно образуват иконични изображения.
6. Дублиране, заимстване и плагиатство на визуални знаци, които се употребяват с ново значение.
7. Интерпретация и контекст на знаците спрямо знаковата система, в която са поставени.

Съгласно с разгледаните примери и анализи, може да се стигне до заключението, че във визуалната комуникация и плакат всеки знак е инструмент за предаване на информация, със значение, което е базирано на общоприети разбирания. Следователно общочовешкото съгласие за значението на знаците е определящ фактор, който може да

измени тяхното значение, без това да е пряко свързано с техните естетически качества. Съответно, не толкова същността на графичния знак е от значение, колкото смисъла, който неговите зрители влагат в него.

На базата на това заключение може да се стигне до изводите, че във визуалната комуникация и плакат:

- Всеки забравен знак е способен да се върне в употреба.
- Всеки нов знак е възможно да бъде забравен във времето.
- Всеки знак може да приеме ново значение.

## **2. Принос**

1. Като съществен принос, който може да се отбележи в дисертацията, е селекцията, анализът и класификацията на подбрани примери на визуални знаци, които менят своето значение. Въз основа на извършените анализи бяха открити седем на брой причини и фактори, поради които знаците във визуалната комуникация и плакат са способни да променят своето значение. На този принцип се изготвиха седем категоризации за смислово изменение на визуалните знаци, подробно описани и разгледани като отделни точки от трета глава на научната дисертация, а именно:

- Стари знаци, които губят своето значение и са способни да придобият ново общоприето значение.
- Полисемични знаци, които обозначават няколко достатъчно близки понятия.
- Иконични знаци, които се превръщат в символи на качествата, които дадените обекти притежават.
- *Паразитни* знаци, или изображения, които не са умишлено поставени от автора, но въпреки това се забелязват от зрителя, поради което се променя посланието.
- Съвкупност от графични символи, които заедно образуват иконични изображения.

- Дублиране, заимстване и плагиатство на визуални знаци, които се употребяват с ново значение.
- Интерпретация и контекст на знаците спрямо знаковата система, в която са поставени.

Този вид категоризация разгръща и разяснява в общ план цялостните проблеми, свързани със знаковите изменения, като ги поставя в съответните групи, към които принадлежат. Изследването и структурирането на отделни причини и фактори в обозначени категории е от съществено значение за по-пълноценното разбиране на променливата структура на визуалните знаци. Всяка една от тези категории е описана със своите характерни спецификации и е приложима за бъдещи изследвания, свързани с темата.

2. Тема, която е обект на дълбок анализ и проучване в тази дисертация, касае *паразитния знак*, неговите особености, свойства и характерни белези. Пета точка от трета глава на научната дисертация съдържа подробно описание и разяснение относно значението на термина *паразитен знак*. В тази точка е представена колекция от визуални примери като представители на различните разновидности на *паразитния знак*, както и подробен анализ, който обръща внимание на техните естетически и утилитарни свойства. На базата на това извършено проучване авторите в сферата на визуалната комуникация и плакат могат да добият реална представа за потенциалните ползи и рискове от употребата на този вид знаци.
3. В процеса на проучване и вникване в същината на структурата и механиката на визуалните знаци и знакови системи бе необходимо въвеждането на нови термини, които да изяснят характера и принадлежността на знаците във визуалната комуникация и плакат.

**Индивидуален графичен знак** – графично изображение, което само по себе си (без допълнителен контекст) е способно да предаде информация.



**Знак за идентичност** – графичен знак (изображение), който обозначава дадена личност, предприятие, институция, организация, националност, идея или обект. Това е знак, с който неговият автор или собственик заявява своята позиция и присъствие.

**Знак за напътствие** – графичен знак (изображение), който се намира в околната среда и служи като индекс за пространството, в което се намира неговият зрител. Тези знаци изпълняват съществена функция да служат като средство за ориентир и улесняване на навигацията в непозната среда.

**Знак за възглед** – графичен знак (изображение), който обозначава дадена идея и може да послужи като индекс за възгледите на даден човек или общност.

**Графична знакова система** – съвкупност от индивидуални графични знаци, които чрез своята конфигурация и последователност оформят цялостно послание. Този тип знакова система е способна да предаде информация без значение от средата, в която се намира.

**Хибридна знакова система** – система от индивидуални графични знаци, чието значение не се нуждае от комбинация с други графични знаци. Вместо това тяхното значение е в пряка зависимост от средата, в която са поставени. По този начин един индивидуален графичен знак, в пряка връзка с физически обект, е способен да предаде ясно послание, като физическият обект се превръща във второстепенен знак, който е част от знаковата система.

## Библиография

SAINT-EXUPÉRY, Antoine, 1995. *The little prince*. Hertfordshire:  
Wordsworth Ed. Limited. Wordsworth classics.  
ISBN 978-1-85326-158-9.