

# ГРАФИЧНИЯТ ДИЗАЙН – ФАКТОР ЗА ВЪЗПРИЕМАНЕ НА ДНЕСНИЯ СВЯТ

*Румяна Стефанова*

*„Графичният дизайн е пресечната точка между  
изкуството и комуникацията.“*

Филип Апелоа<sup>1</sup>

Интернет-комуникацията във всичките ѝ форми е най-мощното средство, което постепенно измества от медийната сцена традиционните комуникационни средства. Графичният дизайн е решаващ фактор за възприемане на днешния свят чрез различните си прояви. Развива се схващането (като тенденция) за опростяване на визията и плурализъм в графичните решения, породен от все по-голямото културно многообразие и като резултат от характера на съвременното глобално общество.

Силата на графичния дизайн да убеждава може да промени схващанията на милиони потребители от целия свят да мислят за проблемите на бъдещето, което е лесно постижимо посредством дигиталните технологии и интернет. Като едно уникално „семиотично“ животно, човешкото същество носи най-важната и категорична отговорност – за запазване на живота на Планетата (който се състои от знаци и комуникации).

## 1. ВЪВЕДЕНИЕ

Графичните послания са навсякъде около нас. Най-често подсъзнателно улавяме влиянието им върху себе си в резултат

---

<sup>1</sup> Филип Апелоа е френски графичен дизайнер, който се занимава с типография и графичен дизайн, развивал и научноизследователска дейност във „Вила Медичи“ в Рим, възложена му от Френската академия на изкуствата.

от ежедневно пренасищане на медийното пространство с информация под формата на различни и многообразни графични изображения: икони на компютърния екран в разнообразните софтуерни приложения, символни знаци от реклами в различните медийни средства, фирмени знаци и т.н. Всеки се намира на фона на постоянно присъстваща визуална среда. По този начин графичният дизайн се явява решаващ фактор за възприемане на днешния свят. Информационните технологии налагат стандартите му в медиите и културата. Обществото променя статута си от наблюдаващо събитията лице в активно участващ в социалния живот и двигател на културните процеси субект. Ето защо екзистенциалната семиотика<sup>2</sup>, един сравнително нов дял от философията, според мен може да анализира съвременните културни и обществени процеси.

Изследването определя следните задачи:

- Дефиниране на понятието „екзистенциалната семиотика“;
- Анализиране състоянието на съвременните информационни технологии и тенденциите им;
- Представяне на съвременната графична изразност в резултат на гореспоменатите тенденции.

*„Графичният дизайн трябва да се пробуди и да отпрати предизвикателство към съществуващите системи на езика и възприятието.“*

Питър Андерсън<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> *Екзистенциална семиотика* – съвременно течение в семиотиката, при което теорията за знаците се разглежда от гледна точка на екзистенциализма. Това е философско и литературно течение от 20-те години на XX в., което разглежда живота като основна предпоставка както на материалното, така и на духовното битие, при което човекът е осъзнал съществуването и себе си като личност и става свободен да избира, да формира себе си с отговорност за всяка своя дейност и постъпка (Касабов и Симеонов, 1999, стр. 285-286).

<sup>3</sup> Питър Андерсън е художник и дизайнер със свободомислещ подход в областта на графичния дизайн, което го насочва към създаване на тризмерен типографски интериор и движещи се изображения.

## 2. ДЕФИНИРАНЕ НА ПОНЯТИЕТО ЕКЗИСТЕНЦИАЛНАТА СЕМИОТИКА

Екзистенциалната семиотика води началото си от двадесетте години на ХХ век с представители Киркегор, Хусерл, Ницше и Шопенхауер. Получава ново развитие в средата на миналия век от Ясперс и Хайдегер. Отправна точка в изследванията ѝ е човекът – личност, която активно преобразува света около себе си и носи отговорност за всяка своя дейност и постъпки. Учениците семиотици оценяват съвременните философски аспекти и им задават нови параметри, разгръщат възможностите на философията съобразено с развитието на техниката и технологиите.

Безразличието и бездуховността на съвременния човек са предизвикани от актуалните параметри на живота: глобална медийна култура, консумативност, информационно пренасищане. Екзистенциалната семиотика може да разкрие положителния заряд на обкръжаващия ни свят и да разчупи през призмата си стила и поведението на индивидите.

Тълкуването на знаците в екзистенциалната семиотика се разглежда чрез анализ на трансценденалността<sup>4</sup> и понятието *Dasein*<sup>5</sup>. Според Кант трансценденалността е това, което се от-

---

<sup>4</sup> *Трансценденален* – термин, предложен от Имануел Кант за означаване на формите на дирене или рефлектиране, които са коренно различни от емпиричните и експерименталните разновидности на изследването. Това изследване се занимава с условията, при които съществува възможност нещо да бъде изследвано (*Речник по семиотика*, 2000, стр. 261). Трансцендентен – който се намира извън пределите на опита, съзнанието и познанието (*Речник на чуждите думи в българския език*, 2000, стр. 768). *Трансцендентното* е надхвърлящото дадена област в предметен план, а *трансценденалното* е надхвърлящото въпросната област в познавателно-рефлексивен план.

<sup>5</sup> *Dasein* – почти непреводим термин от немски език. Контекстно означава света, в който живее субектът заедно с другите обекти и субекти, или неговият/нейният семиотичен *Umwelt* (обкръжаващият свят, който е достъпен за възприятията и оперативните способности на организмите) (*Речник по семиотика*, 2000, стр. 264).

нася до априорните форми на познанието: времето, пространството, причинността, необходимостта и други категории, с помощта на които единствено са възможни опитът и познанието. Не се разглежда обектът, съдържанието или материала на познанието. Всичко, което се случва в *Dasein*, се натрупва в действията на субекта. Създадените знаци се свързват с действията на други субекти и така субектът ги преמודелира. Процесът е необратим и е част от комуникационния процес. Знаците отново са субективирани. „Когато границите на *Dasein* са неопределени или когато те изчезнат, тогава започва „истинският“ семиозис без наратив<sup>6</sup>. Наративността съществува само в *Dasein*. Обратното, когато някоя трансцендентална идея се натрапи в *Dasein*-а на някой субект, тогава тя се превръща в знак и участва в комуникацията.“ (Тараста, 2009). Но трансценденталната идея трябва да прехвърли определена граница, за да се превърне в знак. От гледна точка на субекта има значение само това, което проявява смисъл във физическото представяне на знаковия носител. Според френския философ Пол Рикьор съществуват 3 вида мимезис<sup>7</sup>, което е пряко свързано с възникването на всеки знак. В неговата теория мимезисът принадлежи на процеса на комуникация, като първата му форма е самото производство на знак. Втората форма представя знак, който изразява комуникативни и наративни процеси, съдържащи се в *Dasein*. Третата форма е тази, при която семиозисът е извън границите на комуникацията и се завръща в първоначалното си значение, което е обогатено с екзистенциален опит, действия и знаци, които са се реализирали в комуникативния процес на *Dasein*.

Според семиотика Еро Тараста (Тараста, 2009) актуална днес е „семиотика на резистентността<sup>8</sup>: битие, памет, история –

---

<sup>6</sup> Наратив – определен вид текст или дискурс, върху който се опира някаква форма от един разказ (*Речник по семиотика*, 2000, стр. 196).

<sup>7</sup> Мимезис – подражание, наподобяване.

<sup>8</sup> Резистентност – устойчивост и липса на реакция срещу дразнител и др.

знаци срещу течението“. Над човешките индивиди властва нещо като свръхиндивидуална колективна сила, която управлява действията им, и то до степен на роботизирано ежедневие. Комуникацията и общуването в съвременното ни са сведени до интернет контакти и срещи. Технологиите се развиват толкова бързо, че по-възрастните започват да изостават в усвояването им и да се чувстват изолирани от обществото. Еро Тараста смята, че *„интернет означава натурализация на трансцендентността“*.

*„Потребителите не могат без смартфон приложенията си,  
както рибата не може без вода.“*

Микаел Бьорн<sup>9</sup>

### **3. АНАЛИЗИРАНЕ НА СЪСТОЯНИЕТО НА СЪВРЕМЕННИТЕ ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ И ТЕНДЕНЦИИТЕ ИМ**

В резултат от безапелационното навлизане на интернет в ежедневния ни живот, което някои автори сравняват с революция, съвременният човек проявява тенденции за бездуховност и безразличие. Интернет-мрежата доведе до цялостна промяна в начина на комуникиране, забавление, разпространение на информация и правене на бизнес (Кантарджиев, 2006). Механичните признаци за тези тенденции са очевидни: стоки, информация и услуги се доставят в световен мащаб по жични и безжични мрежи, които обхващат целия свят. Съществуват универсални системи за паричен обмен; техники за стандартизация и всеобхватност на събитията във времето и географското пространство и т.н. По данни на TechNews.bg (декември 2011 г.) потребителите в интернет са вече над 2,1 млрд. в глобален мащаб, а броят на сайтовете достига 555 млн.

---

<sup>9</sup> Микаел Бьорн – ръководител в Ericsson Consumer Lab. Мисълта му е по повод новото проучване на компанията за тенденциите в потребителските нагласи през 2012 г.

Като резултат от *това духът на новите технологии се наблюдава най-вече в преход от глобален обмен на стоки към глобален обмен на информация и послания.*

Могат да се посочат като примери все по-нови устройства, чрез които посредством новите технологии и интернет се манипулира усещане за абсолютен контрол върху сетивата. Технологията е в състояние на пълно феноменологично<sup>10</sup> господство. iPod/iPhone<sup>11</sup> технологията е съвсем ново пространство за сетивата ни, което е не само революция в личните преносими устройства и промишлеността, но и в съзнанието на хората, особено младите, които изпитват задължителна необходимост от нея. Разпространена е на пазара през 2001 г., като тогавашният модел има твърд диск с капацитет 5 гигабайта. Пет „поколения“ по-късно iPod вече може да възпроизвежда песни, филми и снимки, съхранявани на диск с капацитет до 160 GB. iPod е предшестван от няколко други технологии, една от които е MP3 плейърът. Очаква се в близкото бъдеще възможност за хирургично имплантиране в ухото ни на лични звукови устройства, чрез които по едно и също време ще чуваме всичко, което се случва около нас и в информационното пространство. По същество случващото се отразява обща тенденция, която обхваща всички съвременни технологии, които пряко засягат нашата феноменологична реалност. Проявява се все по-голяма тенденция към персонализация на предпочитанията само след натискане на един бутон и въздействие върху петте ни основни сетива. Посредством новите технологии се въздейства мащабно като с преса върху съзнанието на потребителите и така се унифицират предпочитанията им. Персонализацията губи своята сила. Независимо къде се намираме, индустриалното общество ни бомбардира с реклами и

---

<sup>10</sup> Феноменология – нова фундаментална наука, развила се в рамките на философията, която се стреми чрез радикално изчистване на смисъла и мотивите на философските проблеми да проникне до тази първична основа, върху която тези проблеми трябва да намерят истинско научно решение – <http://www.uni-svishtov.bg/philosophy/NHusserl.htm>.

<sup>11</sup> iPod – преносим MP3 плейър, създаден от Ейпъл. Синхронизирането с компютър се осъществява посредством програмата iTunes.

послания и не можем лесно да избягаме от способността им да продават стоки и култура. Нашето поведение и съзнание се формира от момента на раждането ни и започва да се проектира в телата и умовете ни. Днес, в резултат на новите технологии, е налице съществена промяна на тривиалния начин за култивиране на опит и творчество у всеки индивид. С развитието си, ние поемаме повече и по-голяма отговорност за нашите индивидуални реалности, изпитваме необходимост и стремеж към по-голям контрол върху индивидуалните ни сетива и усещания.

През 2008 г. фирмата Emotiv Systems<sup>12</sup> обявява, че скоро ще започне масово производство на специални слушалки, проследяващи мозъчните вълни и позволяващи да се движат с мисъл предмети. Основателите на фирмата имат вдъхновяващата идея за създаване на мисловен диалог между човека и машината. Създадената технология трансформира начина за взаимодействие с компютъра.

Вече се използват подобни слушалки за контрол върху икони на видеоекран. По-сложният модел представлява моделиране на действие посредством комбинация от изражението на лицето и мислите на конкретен индивид. Това е типичен пример за упражняване на пълен контрол върху феноменологичното пространство. Крайната цел е да се потопят всички сетива в този процес. В съвременните компютърни игри вече се включват всичките сетива на играещия с крайна цел – пълно откъсване от действителността. Наред с високоговорителите, видеоекрана и слушалките, към игрите се добавят технологични елементи за визуализиране на мирис и вкус. Така се постига пълен контрол и господство над всичките пет сетива и мисли на играещия. Идеите на разработчиците са за игри с още по-голяма степен за включване на участниците в тях или с аспекти на играта с цел феноменологични промени на реалността без намесата на тяло-

---

<sup>12</sup> Emotiv Systems – компания за електроника със седалище в Сан Франциско, Калифорния, която разработва компютърни интерфейсни мозъци, базирани на електроенцефалография (ЕЕГ). Технологиата е създадена през 2003 г. от четирима международно всепризнати учени и мениджъри: неврологът проф. Алън Снайдър, чип-дизайнерът Нийл Уест и двама технологични разработчици Тан Ле и Виетнам Да.

то. Достатъчна е само мисъл или желание за радикална промяна на заобикалящата ни реалност.

На 30 март 2010 г. една от основателките и президент на фирмата Emotiv Systems Тан Ле представя предимствата на последната разработка – устройството Emotiv EPOC с цена 299 \$. Това средство под формата на слушалки за главата се включва в USB порта на компютъра и дава възможност чрез специално проектирани приложения да контролира и влияе върху компютърната игра, имайки като отражение изражението на лицето на играча. Новите електронни устройства са фокусирани и изградени на базата на мозъчно-компютърни интерфейси. Засега са ориентирани предимно като игрален интерфейс, като подобни технологии се използват и за контролиране на електронни инвалидни колички и протези. Това е ранна стъпка към проектиране на множество нови устройства – интерактивни телевизори, билбордове, устройства за проучване на пазара, медицински уреди, дори и такива за внедряване в сигурността и отбраната и т.н., които да отговарят на умствените команди на потребителите. Според създателите това е само съвсем малка част от възможните перспективи и възможности за реализиране в близкото бъдеще.

BrainDriver е едно от най-новите изобретение на Паул Рохас, професор по изкуствен интелект от Freie Universität в Берлин. Това е система, която позволява на водача да управлява автомобила си със силата на мисълта (по данни от интернет, 24 февруари 2011). Технологиата използва електроенцефалография, която чете сигналите от мозъка, след това ги преобразува в електрически импулси, като ги препраща към системата за контрол (Emotiv Systems).

*„Бихме искали да използваме професионалните си умения, за да поемем обществената отговорност, тъй като наистина сме наясно, че именно дизайнерите от нашето поколение и от това преди нас, носят отговорност за пренасищането на света на богатите с изобилие от безсмислени продукти.“*

Алън Абуд и Сандро Содано<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Алън Абуд и Сандро Содано – графичен дизайнер и фотограф, създават АБУД CREATIVE – международна агенция с призната силна



#### 4. ПРЕДСТАВЯНЕ НА СЪВРЕМЕННАТА ГРАФИЧНА ИЗРАЗНОСТ В РЕЗУЛТАТ НА ГОРЕСПОМЕНАТИТЕ ТЕНДЕНЦИИ

Много често отправяните графични послания са кодирани символно, и то с изобретателност и остроумие, за да привлекат вниманието на потребителя в това море от знаци. Необходимо е визуалният образ да провокира мисълта. За да не се стига до резистентност и „визуална умора“, безразличие и обратен ефект, пред графичните дизайнери се изправят сериозни и неотложни задачи – за творческа оригиналност и проектиране на открояващи се и завладяващи графични продукти. Дигиталните технологии разгръщат творческите заложи на дизайнерите, а „нахлуването“ на интернет-технологиите доближава възможностите им. Новите компютърни технологии дават от една страна, силен тласък в развитието на приложния графичен дизайн, а от друга – водят до стилистично остаряване на дизайнерските решения. Графичният потребителски интерфейс (ГПИ) спомага за превръщането на статичните графични послания в динамични. Интернет-комуникациите създават условия за сътрудничество между дизайнерските общности в целия свят. Развитието на графичния дизайн е и ще остане неразривно свързано с технологичните инструменти, които дават възможност на дизайнерите да бъдат все по-продуктивни и ефективни в творческата си дейност (Fiell, 2005).

Какви са общите тенденции в графичното изкуство:

- размиване на границите между отделните дисциплини;
- смислово значение на съдържанието;
- силно въздействие на технологиите;
- желание за емоционална обвързаност;
- наложени ограничения от комерсиалния софтуер;
- нарастващо количество и сложност на информацията;
- нужда от опростяване;
- необходимост от етичност в общественото му приложение.

Еро Тараста в труда си „*Екзистенциална семиотика*“ (2009) очертава в 14 точки вижданията си относно глобализацията в

---

визуална естетика в работата си, работеща в сдружение с водещи международни модни марки.

съвременния свят и мястото на съвременния човек в него. Тенденциите в културата днес се представят като „символно насилие“, където „външната култура“ се разпространява по всички краища на света чрез асимилиране и унищожаване на „вътрешните култури“ (по тезата на венецуелския семиотик Jose Enrique Finol). Глобализацията се отразява и въздейства върху културните микропроцеси посредством редица знакови системи: на музиката, киното, телевизията и всички медии, и най-вече посредством графичните знакови системи, които са навсякъде около нас и особено в цифровото пространство на глобалната мрежа. Глобалните ценности проникват с присъщите им способности и емоционални въздействия. Комуникацията днес е в апогея на визията си. Обградени сме от толкова много информационни потоци и събития, че най-лесното и безболезнено решение за всеки е да бъде безразличен и резистентен. На противоположната страна – информационният ежедневен медиен товар води до вземане често на неосъзнати и погрешни избори и решения, което почти винаги е външно програмирано и целенасочено. Венецуелският семиотик Хосе Енрике Финол сравнява и прави аналогия на съвременните глобални културни процеси на вмешателство с експанзията на римската империя в древността (негови анализи от Конгрес на испанското семиотично общество в Тенерифе, ноември 2004). В „културната война“ на информацията, където информационните потоци се преплитат и задръстват съзнанието ни и където ежеминутната реклама контролира подсъзнателно предпочитанията на всеки, уличните художници с графити са новите бунтари, изразители на недоволството от унифициране и обезличаване. Те напомнят за тийнейджърите в миналото, борещи се за правото да украсят стаята си с плакати и снимки на хип-хоп звезди, както и за младежите, слушащи гърмяща музика. Днес новите бунтовници са тези, борещи се за правото да украсяват улиците с изкуство, което не се рекламира, и със звук и музика, която не се проповядва от рекламите.

В смисъла на гореизложеното е трудно да се анализира духът на съвременната медийна култура от чисто феноменологична (Хусерл) гледна точка. Доколкото феноменологията е философия, разглеждаща съществуването като корелация между обект, истина и съзнание, в духа на новите медии се поставя

под съмнение участието на *Dasein* като пасивен елемент. Новите технологии показват, че душата е всичко друго, но не и огледало, върху което се отразява действителността. Напротив, тя е ковка повърхност, върху която явленията динамично се съотнасят и припокриват, така че да се роди нещо съвсем ново и различно. Доколкото индивидите действат в света, те в същото време променят феноменологичната реалност. Променяйки умишлено заобикалящата ги среда, индивидите са екзистенциални представители, отговорни за провеждане на собствените си феноменологични потоци. С тяхното развитие те поемат повече и с по-голяма отговорност индивидуалните си реалности, проявяват стремеж към по-голям контрол върху собствените си сетива и усещания. На свой ред изкуството и технологиите отразяват това екзистенциално желание за феноменологичен контрол.

В резултат от новите тенденции постепенно постмодернизъм (характерен за графичните дизайнери от 90-те години на XX век) днес се преобразува. Стилът и съдържанието са еднакво важни за добрите дизайнерски решения на съвременните дизайнери от късния модернизъм. От една страна, културното многообразие в съвременното глобално общество изисква по-голям плурализъм в графичните решения на творците. От друга страна, се изисква от тях да създават и развиват собствен стил. Предизвикателствата им са огромни, особено по отношение на съвременното схващане за красота. Идеите са провокативни, а също така изчистени и опростени, получени в резултат от влиянието на различни медии и преплетеното им въздействие.

Като тенденция се развива схващането за опростяване на визията, което решение е най-лесният и добър начин за отсяване на полезната информация в информационния океан от послания. В този смисъл може да се окаже, че графичните дизайнери могат и са „архитекти на информацията“, които създават изразни средства, за да помогнат на потребителя да намери верния път, докато се носи по теченията на дигиталната ера (Fiell, 2005).

## 5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Графичните дизайнери със своята изобретателност и талант посредством идеите и проектите си трябва да работят за раз-

решаване на екологичните и социалните проблеми. Силата на графичния дизайн да убеждава може да промени схващанията на милиони потребители от целия свят да мислят за проблемите на бъдещето, което е лесно постижимо посредством дигиталните технологии и интернет. Като тенденция се оформя идеята за графични послания с актуално и некомерсионално съдържание. Това е новата духовност, проява на екзистенциалността днес. Аугусто Понцио и Сузан Петрили са италиански семиотици, които се опитват да създадат специална теория на „семиотиката“. В ерата на глобализацията важна задача за семиотиката е да се грижи за живота в цялото му разнообразие. Семиотиката е в състояние да разбере цялото многообразие във вселената, както и да анализира проявите на различните форми на знаковост, техническите нововъведения и практиките и желанията за реализиране на виртуален свят (Стефанова, 2011). Всичко това трябва да доведе до повишаване на етичните отговорности на всеки. Като едно уникално „семиотично“ животно, човешкото същество носи най-важната и категорична отговорност – за запазване на живота на Планетата (който се състои от знаци и комуникации).

## Библиография

- Касабов, И., Симеонов, К. (1999). *Универсален енциклопедичен речник*. София: СВИДАС.
- Катранджиев, Хр. (2006). *Медия планиране на рекламната кампания*. София: УНСС.
- Речник на чуждите думи в българския език* (2000). София: Наука и изкуство.
- Речник по семиотика* (2000). София: Хейзъл.
- Стефанова, Р. (2011). Графичният дизайн в призмата на информационните технологии. – В: *Сборник с докторантски изследвания*. 116-121 стр. Русе.
- Тараста, Е. (2009). *Екзистенциална семиотика*. София: НБУ.
- Хусерл, Едмунд. *Pure Phenomenology, Its Method and Its Field of Investigation*. <http://www.uni-svishtov.bg/philosophy/NHusserl.htm>.
- Fiell Ch. and P. (2005). *Graphic Design for the 21st Century*. Köln: TASCHEN GmbH