

Софийски университет „Св. Климент Охридски”
Факултет по журналистика и масова комуникация
Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“



ЗНАКОВИ ПРОЦЕСИ НА ШРИФТА В СЪВРЕМЕННАТА ГРАФИЧНА КОМУНИКАЦИЯ

Визуална грамотност и перцепция на типографския дизайн

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд
за присъждане на образователната и научна степен „доктор“
по професионално направление
3.5. Обществени комуникации и информационни науки
(Журналистика – Графичен дизайн)

Докторант:
Георги Иванов

Научен ръководител:
проф. д-р Веселина Вълканова

София, 2018 г.

Дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение, резюме на научните приноси, списък с публикациите, библиография от 157 заглавия (48 на кирилица и 109 на латиница), 27 изображения, 98 таблици и приложение, което съдържа 14 страници. Общият обем на изследването е 243 страници, от които 207 страници е основният текст.

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА

Обща характеристика на дисертационния труд / 5

Актуалност на проблема / 6

Обект на изследването / 7

Предмет на изследването / 7

Цели на изследването / 8

Задачи на изследването / 8

Тези на дисертацията / 9

Методи на изследването / 9

Практическо приложение на изследването / 10

Съдържание на дисертационния труд / 11

Първа глава / 11

Втора глава / 13

Трета глава / 15

Заключение / 16

Структура на дисертационния труд / 17

Резюме на приносите на дисертационния труд / 22

Списък на публикациите по темата на дисертационния труд / 23

Обща характеристика на дисертационния труд

В съвременното информационно общество графичните послания са навсякъде около нас. Всевъзможни комбинации от шрифт и изображение се опитват да привличат внимание, да предават съобщения, да убеждават, да манипулират. Залята от лавинообразно нарасналите информационни потоци, аудиторията изгражда резистентност към съобщения и визии, а съществуващите методи и подходи за представяне на посланията все по-трудно уловят вниманието ѝ, което кара комуникаторите да търсят нови модели на представяне. От една страна, обемите и мащабите на графичните послания се увеличават все повече, заемат все по-голяма част от градската среда, като билбордовете вече покриват цели сгради. Този феномен трябва да бъде проучен, за да се види въздействието му върху хората. От друга страна, са подходите, които се прилагат, за да се преодолее резистентността на публиката – креативни методи и похвати за сигнификация чрез шрифта и оформлението, които привличат вниманието и засилват въздействието като предават допълнителни, скрити послания, които аудиторията възприема преди да е прочела вербалното съобщение.

Знаковите процеси на шрифта и композицията в типографските пространства и връзките им с визуалната грамотност на аудиторията са малко изследвано поле от семиотична гледна точка. Отделни аспекти на означаването чрез шрифта се срещат в разработки на Филип Мегс, Тимъти Симъара, Бай Шейвър, Донис А. Дондис, Гюнтер Крес, Тео ван Леуен, Пол Ранд и др. От българските изследователи възможността на типографията да „придава нови смислови нюанси на писмената реч, да носи коментар, определени асоциации”¹ е анализирана в книгата на професор Веселина Вълканова „Графичен дизайн”, където тя разглежда шрифта в контекста на дизайна на вестници, „Дизайн на вестника” вече включва и онлайн изданията, „Медиен дизайн” е посветена на оформлението на списанията, а „Дизайн на книгата” – на книгите. Скритите послания в рекламната комуникация са изследвани в книгите на професор Христо Кафтанджиев – „Absolut Semiotics In An Absolut World“, „Сексът и насилието в рекламата”, „Герои и красавици в рекламата” и „Хармония в рекламната комуникация”. В тях той анализира рекламните послания от семиотична гледна точка, като фокусът му е насочен главно върху изображенията, а по отношение на шрифта е разгледана

¹ ВЪЛКАНОВА, Веселина. „Графичен дизайн. Нови оформителски концепции на всекидневника.”
София: УИ „Св. Кл. Охридски”, 2001, с. 68

единствено възможността да се предават послания чрез метафоризирането на глифовете. Липсата на цялостно семиотично изследване върху сигнификацията и знаковите процеси на типографските стилове и огромните възможности за засилване на въздействието на комуникацията, които тези процеси предлагат, насочиха изследователския интерес към темата на дисертацията **„Знакови процеси на шрифта в съвременната графична комуникация. Визуална грамотност и перцепция на типографския дизайн.”** Информацията от изследването има директна приложна стойност, от една страна, за изучаването на рекламните комуникации и въздействието им върху обществото и отделния човек, а, от друга страна, за създаването на по-ефективни маркетингови и рекламни комуникации. Също така резултатите от дисертационния труд могат да намерят приложение в теоретични разработки в редица области: типография, графичен дизайн, полиграфия, книгоиздаване, уеб дизайн, журналистика, връзки с обществеността, реклама, маркетинг и всички професионални направления, свързани с комуникацията. Тематичен фокус на дисертацията е и визуалната грамотност като фактор за възприемането на графичната комуникация.

АКТУАЛНОСТ НА ПРОБЛЕМА

Актуалността на темата е обусловена от нарастването на ролята на визуалното спрямо вербалното в съвременните графични комуникации. В своята книга „Literacy in the New Media Age“ канадският изследовател Гюнтер Крес отбелязва, че „се движим към един свят, в който изображенията ще бъдат много повече доминиращ способ на комуникация”². Тази тенденция е отбелязана и от Христо Кафтанджиев, който пише за „нарастващата роля на образната знакова система в глобалните комуникационни процеси”³ и стига до заключението, че „иконичните знаци придобиват ключова роля в комуникационните процеси в края на XX век.”⁴ Експанзията на образите в съвременните дискурсивни практики е резултат и от бурното развитие на дигиталните технологии през последните две десетилетия и се нуждае от вербално артикулиране, за да бъде разбрана по-добре. Наблюдава се завръщане към първоначалните двойствени знакови процеси на писмените знаци, когато те освен определен звук от речта са означавали и обект от реалността. Доброто познаване на сигнификациите чрез шрифта

² KRESS, Gunther. Literacy in the New Media Age. London: Routledge, 2003, p.127

³ КАФТАНДЖИЕВ, Христо. „Езикът на рекламата - графика & текст”. София: ФЖМК, 1992, с. 13

⁴ Пак там, с. 13

и композицията открива допълнителни възможности пред графичния дизайн да съчетава вербалните и визуалните послания, да напластява техните значения и да постига хармония между тях за по-ефективна комуникация.

ОБЕКТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Дисертацията е ориентирана към печатните комуникации, като **обект на изследването** е типографията и ролята ѝ в съвременната графична комуникация. Изследват се 15 характерни представители на големите шрифтови категории според стандартизираните световни класификации на наборните шрифтове. Освен това обект на анализ и проучване са плакати и билбордове на водещи рекламни агенции като базираната в Ню Йорк „Ogilvy&Mather”, английските „Lucky Generals” и TBWA, канадската „Vleublancrouge”, испанската „Contrapunto BBDO“, руските „Восход”, „D Studio” и „ParaType”. Именно визуалните пространства на престижната реклама са територии на иновацията и креативните визуални подходи и практики, при които типографският дизайн активно участва в комуникацията със свои смисли и значения, често напластявани върху вербалното послание.

ПРЕДМЕТ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Предмет на изследване в дисертационния труд са знаковите процеси на шрифта в съвременната графична комуникация като подходите за означаване чрез типографските стилове:

- на исторически период;
- на национална идентичност;
- създаването на чувства, нагласи и настроения чрез инструмента на шрифтописане;
- стилизирането на посланията чрез противопоставяне на форма и контраформа или метафоризиране на глифовете;

Други компоненти от предмета на изследване са:

- конотации чрез композицията и разполагането на обектите в различни части на типографското пространство;
- обединяване на посланията, предавани чрез шрифт, изображение и дизайн до единен суперзнак;
- визуалната грамотност на аудиторията и влиянието, което познанията имат при възприемането на допълнителните сигнификации в типографските пространства.

ЦЕЛИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Основната цел на дисертацията е да се изследват различните типове сигнификации чрез шрифта, знаковите процеси, в които елементите на типографския стил от абстрактни инвариантни знаци се превръщат в конкретен обозначител на определен денотат и освен вербално носената от тях информация започват да манифестират и допълнителни, скрити послания. Да се докаже значимостта на тези допълнителни послания за ефективността на комуникацията. Втората цел е да се потърси връзка между познанията и компетентностите на аудиторията, нейната *визуална грамотност и степента на възприемане* на сигнифицираната информация.

ЗАДАЧИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Основните **задачи** на дисертацията са:

1. Да изследва знаковите процеси на шрифта в съвременните графични комуникации и класифицира основните типове означаване чрез типографските стилове;
2. Да проучи взаимодействието между визуалното и вербалното и да докаже значимостта на връзката им за ефективността на комуникацията;
3. Да анализира зависимостта между визуалната грамотност на аудиторията и възприемането на графичните послания;
4. Да подложи на проверка известни сигнификации на типографските стилове и да направи проучване за нови, неизвестни знакови процеси на шрифта;

5. Да обобщи механизмите и подходите на графичния дизайн да предава информация и съобщения и като визуален език със свои речник и граматика да функционира в съвременната масова комуникация.

ТЕЗИ НА ДИСЕРТАЦИЯТА

Основната изследователска теза в дисертацията е, че колкото повече паралингвистични компоненти участват в предаването на съобщението, толкова по-мощна, по-пълноценна и по-ефективна става комуникацията. Във втората глава изследователският интерес е концентриран около тезата, че повишаването на визуалната грамотност ще намали силно манипулативните аспекти на визуалните комуникации. А в социологическото проучване в трета глава се подлага на проверка аналогичната хипотеза, че сигнификацията на шрифта е пропорционално зависима от познанията и компетентностите на аудиторията.

МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Реализирането на целите и задачите на изследването налага интердисциплинарен подход, включващ следните **методи**:

- Проучване, аналитичен обзор и критичен анализ на теоретични източници, свързани с графичния дизайн, история на типографията, теория на комуникацията, визуална култура, семиотика, социална семиотика, визуална реторика, психология и други научни дисциплини, които темата на дисертацията предполага;
- Теоретичен анализ на основните комуникативни и културни специфики на типографските шрифтове и графичния дизайн;
- Семиотичен анализ на сигнификацията и знаковите процеси на шрифта в съвременните графични комуникации;
- Иконографски анализ на означаването и манифестирането на послания чрез композицията;

- Теоретичен анализ на визуалния текст – анализ на инструментариума на графичния дизайн за постигане на мощна и ефективна комуникация;
- Социологическа анкета – емпирическо изследване на сигнификацията и знаковите процеси на шрифтовете и влиянието на визуалната грамотност при възприемането на посланията;
- Сравнителен анализ на визуалните репрезентативни практики на различните типографски стилове и тяхното въздействие върху възприемането на информацията.

Подобен комплексен подход може да даде по-добра представа за сложните взаимоотношения между различните компоненти на графичния дизайн при конституирането на многопластовите, действащи на различни нива, послания в съвременните графични комуникации.

Практическо приложение на изследването

Резултатите от изследването могат да намерят практическо приложение в различни области: маркетинг и реклама – при изследвания за въздействието на рекламните послания и за по-добро позициониране на рекламираните продукти; типография и графичен дизайн – при разработване на нови шрифтове, при създаване на фирмени лого-знаци, знанията, събрани в дисертацията, ще допринесат за оформлението и по-силното въздействие на комуникационни продукти от всякакъв тип; могат да се използват и в социологически изследвания за въздействието на комуникационните продукти.

Теоретичните достижения на дисертацията – изследвания, концепции и анализи, могат да са полезни при подготовката на специалисти в областта на типографията, графичния дизайн, полиграфията, книгоиздаването, журналистиката и връзките с обществеността, рекламата и маркетинга, както и всички професионални области, свързани с комуникацията. Също така резултатите от дисертацията могат да намерят приложение в научни изследвания в изброените области.

Съдържание на дисертационния труд

Дисертационният труд е структуриран в увод, три глави, заключение, приложение и библиография.

В първа глава, озаглавена „*Семиозис и сигнификация на шрифта – теоретични основи, диахронни и синхронни подходи и практики*“, се анализира трансформацията на типографските стилове в знаци през призмата на класификацията на Чарлз Пърс, в която той разделя знаците на икони, индекси и символи. Изследват се различни подходи и практики, при които шрифтът се актуализира като знак и как това се отразява на комуникацията.

- *Шрифтът се актуализира в иконичен знак*, когато рисунъкът на писмения стил се свързва визуално с определена идея и по този начин носи иконични послания, които придават нюанси на комуникацията и могат да засилят нейното въздействие. Такива знакови ситуации се случват, когато: 1. Писмени знаци биват замествани с изображения на обекти или предмети от действителността, които наподобяват формите на съответния глиф и поемат неговите функции във вербалното съобщение; 2. Щрихите в глифовете са манипулирани така, че те да придобият или наподобят формата на обекти от реалността; 3. Типографските стилове са така декорирани, че да започнат да предават информация на предвербално, визуално ниво. Допълнителната информация, манифестирана чрез шрифта, зависи в голяма степен от познанията и компетентностите на аудиторията – може да бъде културно специфична, т.е. разбираема само за членовете на дадена култура или когато произходът ѝ е следствие от еволюцията на човека – да бъде общодостъпна и понятна за всички култури.
- *Актуализацията на писмените форми като индексални знаци* в съвременните графични комуникации се наблюдава при два силно креативни подхода – противопоставянето на форма и контраформа и концепцията на Ролан Барт за „нулевия знак“. И двата подхода не зависят от компетентностите и знанията на аудиторията, а по-скоро действат на интуитивно ниво, поради което са общодостъпни за широката аудитория и разкриват възможности за създаване на високо креативни и запомнящи се послания. При първия подход за отделно взет, акцентиран глиф се инвертират цветовете на печатаемите и непечатаемите елементи – щрихите на акцентирания знак се отпечатват с фоновия цвят, при

което се сливат с него и изчезват, а контраформите се отпечатват с цвета на щрихите на останалите знаци и така очертават и подсказват щрихите на акцентирания елемент. Използването на контраформите за визуално указване на границите на отсъстващите форми на писмените знаци на практика превръща контраформите в индексален знак, който посочва обекта, служи за сигнализиране наличието на формите на шрифтовите елементи. Във втората категория изпускането на даден глиф и оставянето на празно пространство на негово място в шрифтовия ред играе ролята на знак индекс, който насочва вниманието към липсващия глиф.

- *Актуализацията на шрифтовите системи като символни знаци* се наблюдава при обвързване на типографски стилове с исторически епохи, географски региони, националности, институции и др., при което писмените знаци манифестират на визуално ниво послания за обекта, с който са свързани, без да има каквото и да било сходство или аналогия между тях, а по-скоро това се случва благодарение на гласни или негласни споразумения между използваните типографските стилове.

В първа глава са разгледани още парадигматичните и синтагматичните взаимоотношения, в които влизат елементите в типографските пространства, възникващите в резултат на това знакови процеси, както и отраженията им върху комуникацията. Анализирани са:

- противопоставянето на начертанията в една шрифтова фамилия и как чрез него се представят различни дълбочини на текста;
- композицията в дизайна и как чрез нея обектите биват обединявани, разделяни и противопоставяни, изтъквани и т.н.;
- подходите за използване на симетрия или асиметрия и концептуализирането на оформлението, излъчването на скрити послания чрез тях;
- деконструкцията в дизайна и как с нея се постига комуникация с отворени значения, а публиката се вълвлича в съставянето и завършването им.

Изследван е и генезисът на знаковите процеси на шрифта и риторическите композиционни подходи за означаване в графичния дизайн. Сигнификациите на типографските стилове възникват по различни направления:

- шрифтът може да манифестира историческия период, когато е създаден, или пък друг, в който е използван интензивно, и затова се асоциира точно с това определено време;
- пак по същата логика типографският стил може да изразява национална принадлежност, като манифестира националността на своя създател или пък се асоциира с държава, в която е придобил популярност и е използван интензивно;
- инструментът за шрифтописане, с който е създаден шрифтът, също се включва в знаковите процеси. Той може да има своите символни значения, които създават определени нагласи, предизвиква чувства и настроения. Когато те са адекватни на комуникираната тема, предразполагат аудиторията за по-бързо и по-лесно възприемане на посланията и спомагат за запаметяването им за по-дълго време.

В първата глава са анализирани и реторическите композиционни походи, чрез които с разположението на обектите в опозициите „ляво-дясно”, „горе-долу” и „център-периферия” се предават невидими послания, които аудиторията възприема на ниво синопсис.

Във **втора глава** - „*Визуална грамотност и рецепция на типографския дизайн*“, се изследва въздействието на визуалната грамотност за възприемането на типографските продукти – как познанията и компетентностите на аудиторията, т.е. нейната визуална грамотност, определят рецепцията на типографските стилове, изображенията и дизайна, и като следствие как това оказва въздействие на цялостното възприемане на посланието. Чрез компаративен анализ се изследват част от принципите на графичния дизайн, като се сравняват с конститутивни признаци на текста и със синтактични езикови правила в българския език и се стига до заключението, че функционалността на двата вида правила е еднаква – създават условия за еднозначно възприемане на авторовите послания и регулират случването на комуникацията. На тази база графичният дизайн е определен като визуален език със свои визуална граматика и визуален речник.

В изследването са анализирани пет от основните елементи, формиращи визуалния речник: точката, линията, формата, посоката и размерът, като целта не е изчерпателност на съставните елементи на визуалния речник, а по-скоро да се покаже

как те функционират именно като елементи на речник и как чрез тях се кодират и декодират съобщения. Елементите предават послания на визуално ниво, формирани по различни пътища: от една страна, чрез психологическата и физическата им перцепция, от друга страна, чрез културно предопределени сигнификации, и, от трета страна – чрез смисли и значения, обусловени от характера и природата на обектите в типографските пространства. Функционалността на тези основни компоненти в графичната комуникация, която е подобна на функцията на писмените знаци при изграждането на вербалния речник, дава повод те да бъдат конституирани като елементи на визуалния речник. Заради липсата на визуална грамотност, предаваните чрез този речник послания обаче се възприемат интуитивно и подсъзнателно, което дава възможност за злоупотреби от страна на недобросъвестни комуникатори. Изследователският интерес във втора глава е концентриран около тезата, че **манипулативната сила на визуалните комуникации намалява, когато се повиши на визуалната грамотност на аудиторията.**

В рамките на визуалната грамотност и нейното влияние върху възприемането са анализирани и двата модуса за комуникация – *писането и изобразяването*, които според Гюнтер Крес оказват въздействие върху перцепцията с различната си структура. Докато писаното слово клони към логиката на речта, която е подчинена на времето и на последователното представяне на елементите в темпорален план, то организацията на образите е подчинена на логиката на пространството и на логиката на симултанността на техните визуално описани елементи в пространствено организирани подредби.⁵ Двата модуса оказват влияние и при сигнификациите чрез композицията в типографските пространства, като при традиционната страница композицията е подчинена на логиката на писаното слово, а при страница в Мрежата – на логиката на образа, което оказва различни влияния върху перцепцията. Налага се изводът, че докато при печатната страница линейно поднесената информация изисква повече усилия, концентрация и задържане на вниманието за декодиране на идеите в текста, то при комуникацията чрез компютърния екран възприемането е улеснено от конструирането на посланията по модела на изображението. Друг важен извод при сравнението на традиционната и онлайн страницата е, че докато при първата читателят е активната страна, той полага усилия, за да осъществи комуникацията, то при втората аудиторията

⁵ KRESS, Gunther. Literacy in the New Media Age. London: Routledge, 2003, p. 2

е пасивната страна, а комуникационният продукт – активната страна, която търси и осъществява дискурсивната транзакция. Между двата типа страници протичат взаимни влияния в дизайна им, като първоначално те са от традиционната към базираната в Интернет, а след това – в обратната посока. Вследствие на влиянието от екрана към печатната страница се ускорява процесът на трансфер на информация заради преобладаването на визуалните елементи и оформлението по логиката на образа с неговия пространствено-симултантен характер, което дава възможност за формиране на много и различни пътища на четене и това прави комуникацията много по-мощна и по-ефективна.

Третата глава - „*Сигнификация на шрифта и визуални компетентности*“, представлява социологическо изследване – анкета, която има за цел да установи какви са знаковите процеси на типографските стилове и как чрез тях се предава допълнителна информация освен вербалната и доколко тези процеси зависят от познанията на анкетиранияте. В анкетата се подлагат на изследване 14 шрифта, като стремежът е да бъде обхванат целият диапазон от шрифтови категории: Готически, Антиква, Гротеск, Ежиптиен, Ръкописни и Декоративни. Търсят се отговори на въпросите: как излъчването на шрифта се свързва с вербалното послание и по този начин го подкрепя на визуално ниво; дали културно формираните сигнификации на шрифтовете се възприемат еднакво от цялата аудитория и какви фактори определят тези процеси.

Резултатите от анкетата потвърждават редица от известните сигнификации на типографските стилове и установяват нови, неизвестни досега знакови процеси. Писмените стилове с многовековна история се асоциират с управлението заради факта, че когато възникват, книжнината е привилегия на богатите, които са и управляващи; също така тези стилове се свързват с църквата, защото, когато възникват и дълго време след това, тя е основният им ползвател. От друга страна, заради дългата си история тези шрифтове започват да означават стабилност – устояли са на промените на времето и пак по същата причина излъчват статичност и спокойствие и това са *нови сигнификации* за тези шрифтови типове. Един типографски стил може да излъчва и движение, и статичност, когато произходът на двете сигнификации е различен – едната идва от историята на стила, а другата – от конструкцията на шрифтовата система. Употребата на един шрифт в дадена страна води до асоциирането му с нея, независимо че може да е създаден в друга. Конструкцията и историята на шрифтовите системи са сред най-силните генератори на сигнификации. По отношение на визуалната грамотност и

възприемането на шрифтовете се налага изводът, че познанията в областта на типографията водят до по-правилно и по-пълноценно разбиране на сигнификациите в съвременните графични комуникации, т.е. перцепцията на визуалните послания е пропорционално зависима от визуалната грамотност на аудиторията.

Заклучение. След направените проучвания и анализи, както и проведеното социологическо изследване за въздействието на типографските стилове може да се изведе заключението, че знаковите процеси и сигнификацията на шрифта са мощен фактор за засилване на комуникационния ефект, за модифициране и стилизиране на посланията, за манифестиране на допълнителни, скрити съобщения, за хармонизиране на вербалното и визуалното в съвременните дискурсивни практики. Този фактор обаче е зависим и се влияе от визуалната грамотност на аудиторията. Анализът на дискурсивните практики в съвременните мултимодални графични комуникации сочи, че в знаковите процеси се включва и композицията като част от риторическите комуникационни стратегии за предаване на информация по различни канали и на различни нива за по-силно въздействие върху аудиторията. Резултатите от изследването потвърждават тезата, че колкото повече паралингвистични фактори участват в предаването на посланията, толкова по-мощна и по-ефективна става комуникацията.

Наблюденията и анализите на знаковите процеси и сигнификациите в типографските пространства водят до заключението, че *резултатите от комуникацията зависят и от познанията и компетентностите на аудиторията*, от нейната визуална грамотност. Проведеното социологическо изследване доказва тезата, че перцепцията е пропорционално зависима от визуалната грамотност на публиката. Компаративният анализ, в който се сравняват синтактични правила от граматиката на българския език с принципите, по които функционира графичният дизайн, дава основание да се направи заключение, че графичният дизайн може да бъде определен като визуален език със свои визуален речник и визуална граматика. Налага се изводът, че повишаването на визуалната грамотност ще трансформира интуитивното възприемане на визуалните послания в рационално и довеждайки ги в съзнанието, ще намали силно манипулативния им характер.

Структура на дисертационния труд

УВОД / 11

ПЪРВА ГЛАВА СЕМИОЗИС И СИГНИФИКАЦИЯ НА ШРИФТА - ТЕОРЕТИЧНИ
ОСНОВИ, ДИАХРОННИ И СИНХРОННИ ПОДХОДИ И ПРАКТИКИ / 17

1.1. Знакови системи и комплексните мултимодални послания на типографския дизайн / 21

1.1.1. Класифицирането на знаковите системи от Пърс
и трансформацията на шрифта в знак / 23

1.1.1.1. Актуализация на шрифта като иконичен знак / 24

1.1.1.2. Актуализация на шрифта като индексален знак / 26

1.1.1.3. Актуализация на шрифта като символен знак / 28

1.1.2. Парадигматични и синтагматични взаимоотношения между текстовите
елементи в дизайна и ефектите им върху комуникацията / 29

1.1.2.1. Типографски взаимосвързки и ориентация в оформлението / 31

*1.1.2.2. Размерите на шрифтовите елементи
и привличането на вниманието / 33*

*1.1.2.3. Композицията на текстовите обекти
и визуалната им различимост / 34*

1.1.2.4. Подходи за означаване чрез симетрия и асиметрия / 35

1.1.2.5. Знакови процеси на деконструкцията / 39

1.1.3. Парадигматични и синтагматични взаимосвързки
между изображенията / 42

1.1.3.1. Форматът и привличането на вниманието / 43

1.1.3.2. Синтагматичните взаимоотношения между различните видове изображения: фотографии, рисунки, инфографики / 44

1.2. Генезис на знаковите процеси на типографските стилове / 44

1.2.1. Семиозисът на шрифта и допълнителните скрити послания.

Избор на стил / 45

1.2.1.1. Сигнификация на исторически период чрез избора на стил / 47

1.2.1.2. Означаване на национална идентичност чрез избора на шрифт / 52

1.2.1.3. Инструментът за шрифтописане и предаването на чувства и настроения / 55

1.2.2. Визуални трансформации на шрифта в печатната комуникация / 58

1.2.2.1. Глифовете като изображения и запаметяването на информацията / 60

1.2.2.2. Метафоризирането на стиловете и запаметяването на посланията / 62

1.2.2.3. Контраформите и индивидуализирането на съобщението / 63

1.2.2.4. Стилизиране на посланието чрез формите на типографските стилове / 66

1.2.3. Реторика на суперизацията – обединението на елементите в дизайна до единен суперзнак / 67

1.3. Риторически композиционни подходи и комуникационните им ефекти / 69

1.3.1. Информационната стойност на обектите според композирането им в типографското пространство / 70

1.3.1.1. Означаване чрез разположението в опозицията „ляво-дясно“ / 70

1.3.1.2. Предаване на послания чрез композицията на обектите в опозицията „горе-долу“ / 71

1.3.1.3. Сигнификация според разполагането на елементите в опозицията „център-периферия“ / 72

1.3.2. Третата дименсия в двуизмерната повърхност на печатните продукти и реализмът в типографското пространство / 73

1.3.3. Изразяването на движение в статичните печатни продукти / 76

ВТОРА ГЛАВА ВИЗУАЛНА ГРАМОТНОСТ И РЕЦЕПЦИЯ НА ТИПОГРАФСКИЯ ДИЗАЙН / 80

2.1. Компетентностите на аудиторията и манипулативните аспекти на печатната комуникация / 83

2.1.1. Визуалната грамотност – постановка на проблема / 84

2.1.2. Конституиране на визуалния речник / 85

2.1.2.1. Точката като елемент на визуалния речник / 87

2.1.2.2. Линията като елемент на визуалния речник / 88

2.1.2.3. Формата като елемент на визуалния речник / 88

2.1.2.4. Посоката като елемент на визуалния речник / 91

2.1.2.5. Размерът като елемент на визуалния речник / 93

2.1.3. Визуалната граматика и рационалното възприемане на иконичните послания / 95

2.1.3.1. Основни (конститутивни) признаци на текста и кореспондиращи с тях закономерности във визуалната комуникация / 96

2.1.3.2. Балансът в графичните комуникации и възприемането на визуална информация / 98

2.1.3.3. Комбинирането на информацията като фактор за запаметяването ѝ / 99

2.1.3.4. Разслояването на типографското пространство и правилата за построяване на сложни изречения в граматиката на българския език / 100

2.1.3.5. *Еволюционната способност за откриване на заплахи и визуалната комуникация / 101*

2.1.3.6. *Принципът за подобие и синонимията / 103*

2.2. Двата способа на изразяване – писането и изобразяването и тяхното влияние върху перцепцията / 104

2.3. Композицията като фактор на медийната консумация при традиционната и електронната страница / 106

2.3.1. Движението на окото във визуалните пространства на печатната страница и на екрана / 107

2.3.2. Двата режима на възприемане на информация – „сканиране” и „четене”, и визуалната грамотност / 108

2.3.3. Взаимни влияния между печатната и електронната страница при организацията на информацията и въздействието им върху комуникацията / 110

ТРЕТА ГЛАВА СИГНИФИКАЦИЯ НА ШРИФТА И ВИЗУАЛНИ КОМПЕТЕНТНОСТИ (Социологическо изследване) / 115

3.1. Цел и фокус група на анкетното проучване / 115

3.2. Представяне на въпросите / 117

3.3. Анализ на резултатите и обобщения / 122

3.3.1. Сигнификация на готическите шрифтове / 122

3.3.2. Сигнификация на старобългарските (църковно-славянските) шрифтове / 132

3.3.3. Сигнификация на шрифтовете от групата „Антиква“ / 140

3.3.4. Сигнификация на шрифтовете от групата „Ежиптиен“ / 158

3.3.5. Сигнификация на шрифтовете от групата „Гротеск” / 170

3.3.6. Сигнификация на ръкописните и курсивните шрифтове / 181

3.3.7. Сигнификация на декоративните шрифтове / 193

**3.4. Изводи и обобщение на резултатите от изследването
за сигнификацията на шрифтовете / 209**

Заклучение / 212

Резюме на приносите на дисертационния труд / 218

Библиография / 219

Приложение / 230

Резюме на приносите на дисертационния труд

1. В изследването са анализирани за първи път знаковите процеси на шрифта в съвременните графични комуникации и е представена класификация на типовете сигнификации на типографските стилове на базата на *класификацията-трихотомия за знаците, направена от Чарлз Пърс*.
2. Приносен характер има анализът на *взаимодействието между визуалното и вербалното и напластяването на значенията им* за по-ефективна комуникация.
3. В изследването за първи път е направен паралел и е изследвана *зависимостта между рецепцията на типографските продукти и визуалната грамотност* на аудиторията.
4. Проведено е за първи път социологическо проучване на знаковите процеси на типографските стилове, което извежда редица *нови, неизвестни досега сигнификации* и потвърждава някои от известните подходи за означаване.
5. Теоретичен принос на дисертацията е анализът, който в контекста на *визуалните изследвания* доказва, че графичният дизайн по своята същност е *визуален език със свои визуален речник и визуална граматика* и функционира подобно на вербалните езици.

Справка за публикациите по темата на дисертационния труд

1. Кирилов, Георги. Скритите послания в рекламите. // ProGRAFICA magazine, 2015. Available from: <http://www.prograficamagazine.bg/bg/Статии/Шрифтове/Скритите-послания-в-рекламите/456/>

2. Кирилов, Георги. Сигнификация на шрифта и мултисемантични особености в рекламната комуникация. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 15.05.2016.
Available from: <http://www.newmedia21.eu/anali.zi/signifikatsiya-na-shrifta-i-multisemantichni-osobenosti-v-reklamnata-komunikatsiya/>

3. Кирилов, Георги. Знакови процеси и сигнификация на шрифта в съвременната графична комуникация. В: Доклад, изнесен по време на докторантски семинар на катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване“, 17.05.2016 г.

4. Кирилов, Георги. Методи за усилване на комуникационния ефект чрез допълнителни сигнификации в типографските пространства. В: Годишник на Факултета по журналистика и масови комуникации, том 23, стр. 151-167. София: УИ „Св. Кл. Охридски“, 2017.