

Одной из характерных черт мужской психологии, на которую стоит обратить внимание при оформлении помещения, является рационализм. Мужчины не любят лишних предметов, неудобного распределения пространства и ярких цветов. Им важен уют и наличие четко выраженного стиля в интерьере. Помещение должно выглядеть изящно и качественно. Интерьер салона не обязательно должен быть дорогим; прежде всего он должен быть уютным.

Но никакой дизайн, даже самый эксклюзивный, не будет работать на благо салона в полную силу без правильно подобранного персонала. Главная составляющая успеха — это кадры, творческая команда, которая работает в салоне. На мой взгляд, руководитель салона должен в первую очередь думать не об инвестициях в оборудование и многомиллионный ремонт, а об инвестициях в персонал. Правда интерес представляет исключительно тот мастер, который постоянно растет и совершенствуется профессионально: только в этом случае специалист интересен клиенту.

Умение и талант мастеров и администраторов, их слаженная работа в команде позволяют добиться высоких результатов и способствуют не только поддержанию атмосферы уюта в салоне, но и создают благоприятную репутацию салона. Что в конечном итоге привлекает все новых и новых клиентов.

В. Мелехина

Выявление взаимосвязи семиотической структуры языка и графического дизайна региона

В настоящее время Япония занимает лидирующие в мире позиции в области графического дизайна и смежных направлений, таких, как

информационный дизайн, дизайн коммуникаций и т.д. Цель настоящего сообщения - обратить внимание на один из проектных методов японского графического дизайна (который искусственно выделен в данной статье), основанный на семиотической особенности японского языка - наличие и использование одновременно 3-х систем кодирования речи (письменности).

Японская письменность представляет собой сложную структуру из 3-х типов знаков, основным элементом которой исторически является Кандзи (иероглиф) - изначально автономный графический символ, содержащий в себе смысл (понятие), с трудом переводимый на западные языки, где единицей кодирования является слово (звуковой ряд + понятие). Кандзи дополняется Кана (два слоговых алфавита).

В отличие от китайского - аналитического - в японском языке иероглиф имеет обычно несколько чтений, выступает по крайней мере в 2х конструктах словообразования, где является:

1. Часть составного слова из нескольких иероглифов (китайская модель) - смысл иероглифа "сплавляется" с остальными (дополняется, сам дополняет смыслы "соседей"), образуя Слово.

大 («дай» - большой) + 学 («гаку» - наука) = 大学 («дайгаку» - ВУЗ) + 院 («ин» - учреждение) = 大学院 («дайгакуин» - аспирантура) +

生 («сэй» - в сочетаниях: ученик) = 大学院生 («дайгакуинсэй» - аспирант).

2. Неизменяемая основа слова (существительное, основа глагола, прилагательного) - здесь является Словом. 大きい («оокий» - большой), 学ぶ («манабу» - учиться), 生まれる («умарэру» - рождаться),

Здесь с точки зрения графического дизайна необходимо отметить, что константная графическая форма в языке обладает несколькими вариантами

смыслового и звукового прочтения. Ещё одним важным моментом является графическая структура иероглифа, которая может быть 2х типов:

1. Иероглифы, произошедшие из пиктограмм (日 день, 月 дерево, 人 человек) - тип1).

2. Иероглифы, образованные сочетанием (смыслов) пиктограмм типа1

日 + 月 = 明 (яркий, светлый)、人 + 木 = 休 (отдыхать).

В графических работах нередко можно видеть обратный процесс - трансформацию иероглифа или его фрагмента в пиктограмму (картинку), или же замещение предполагаемого изображения иероглифом.

Так же необходимо отметить, что Кандзи является главной графической, смысловой единицей японской письменности, воспринимаемой при чтении в первую очередь (по сравнению с остальными знаками). Восприятие Кандзи читающим вне контекста моментально, интерпретируется в "идею", смысл иероглифа, но не только в слово. На ассоциативном уровне надпись Кандзи воспринимается как нечто однозначно серьёзное (научное), японско - китайское, цельное, законченное. (Согласно 漢字指導アイデアブック、創拓社、Токио, 1995 – Метод. антология по иероглифике).

Второй тип знака - японский силлабический алфавит Хирагана (46 слогов), которым пишутся грамматические элементы (частицы, окончания) японского языка, а также подписывается чтение сложных иероглифов и незнакомых иероглифов в текстах для детей. Графически Хирагана возникла из скорописных форм иероглифов – например, буква あ (а) является скорописной формой иероглифа 安 (ан) "спокойствие" и т.д.

Надпись на ассоциативном уровне воспринимается как нечто упрощенное, исключительно японское. Приём написания названия продукта, компании, слов в слогане Хираганой (когда зачастую возможны варианты

иероглифического написания) подчеркивают "истинную японскость" или ориентированность на простоту в качестве принципа работы (в использовании). Кроме того, в японском языке огромное количество омонимов (постоянно употребляемых слов с чтением Ками - 4, Сэйсан - 6 и т.д.) и понять, что за слово имеется в виду, часто можно только по иероглифическому написанию. Поэтому слово, написанное

Хираганой, - "зашифровано", спрятано среди омонимов.

Третий тип знака - силлабический алфавит Катакана (те же 46 слогов, но!!! в другом графическом начертании) - искусственно созданный алфавит упрощенных знаков для печати телеграмм, в настоящее время используемой для записи иностранных слов, пришедших в японский язык. Большинство знаков - ещё более упрощенные, чем в Хирагане формы иероглифов:

加 («ка»-увеличение, кандзи) -> か («ка»-буква, Хирагана) -> カ («ка»-буква, Катакана)

乃 -> の -> ノ (но)

世 -> せ -> セ (сэ)

Поскольку Катаканой пишутся иностранные слова - надпись демонстративна и ассоциируется с новым, "заграничным". С началом моды на всё американское (середина - конец 1970-х) активно используется в наружной рекламе. И в рекламе, и в литературе исконно японские слова и китаизмы пишутся Катаканой, чтобы их выделить, "заставить слово кричать".

С точки зрения типографики - соединение таких знаковых систем, как Кандзи (сжатая, внутренне сбалансированная и графически детализированная форма), Хирагана с мягкими, округлыми очертаниями (гораздо менее детализированная) и жесткая, горизонтально - вертикальная, но простая по формам Катакана - сложнейшая задача, современный печатный японский текст неравномерен, разряженные участки алфавитов чередуются с "плотными"

Кандзи. Так, по "закрашенности" текста, не читая, можно определить уровень его сложности.

Однако необходимо отметить, что ещё задолго до появления книгопечатания в Японии существовала исторически сложившаяся художественная система письма - японская каллиграфия. Особенностью ее (в отличие от китайской каллиграфической традиции) можно назвать наличие Хираганы, второстепенной по отношению к иероглифу, поскольку выполняет служебную функцию (окончания, частицы и т.п.) и анатомически является его производной. Данная иерархия создает особую каллиграфическую сетку, где знак Хираганы должен занимать меньше места, быть менее видимым, нежели иероглиф в той же строке, в отличие от китайской каллиграфии, где каждый знак занимает равное поле. В зависимости от стиля, "назначения" японской работы соотношение размеров изменяется, вплоть до разницы 10/1. Не касаясь эстетических канонов каллиграфии, с точки зрения современного графического дизайна, японская сетка более вариативна и имеет огромный композиционный потенциал.

Можно предположить, что вариативность композиции японской каллиграфии, наряду с экспериментами футуристов является важным фактором формирования типографики в её современном виде.

Наличие и использование в японском языке тройной системы кодирования, со своей иерархией, закреплённой ролью за каждым из кодов, и соответственно ассоциативным рядом, становится самостоятельным средством творческой игры, средством выражения в литературе и, разумеется, в рекламе. Условно назовем творческий метод создания "синтезированием", его можно разделить на основные типы:

1. Изменение одного иероглифа в слове на другой по смыслу, но с одинаковым чтением - таким образом, смысл слова (выражения) и все культурные ссылки сохраняются, однако добавляется и часто становится доминирующим смысл дополнительного иероглифа.

Например:

2 1 世木を育てます。(надпись на постере)



Правильно пишется следующим образом:

2 1 世紀を育てます。 Игра заключается в замене иероглифа в слове 世紀 seiki (век) иероглифом 木 ki (дерево), чтение слова «seiki» не меняется, однако смысл становится «Вырастим 世木 – Мировое древо».

花より男子 (Название манги и анимэ - сериала)

В действительности поговорка «Hana yori dango» - («Рисовые колобки лучше чем цветы», т.е. «Спасибо на хлеб не намажешь».) пишется:

花より団子 Заменяв иероглиф 団 «dan» на 男 (мужчина) но с тем же чтением, мы можем восхититься остроумием создателя этой известной манги (новеллы в картинках) и меркантильным подходом её персонажей. («Мальчики лучше чем цветы»)

2. Написание слова Кандзи, синтез его с другим путем "подписывания чтения иероглифов" - когда пишется не чтение, а японский или заимствованный синоним. Данный тип наиболее часто употребим в печатной и наружной рекламе, а также в комиксах манга.

Таким образом, в случае написания заимствованного слова достигается эффект обновления, популяризации изначального японского слова, слияние с заимствованным синонимом.

В случае "чтения" Хираганой, Кандзи добавляют драматизма, серьёзности, однако в большинстве случаев воспринимается за основу смысл и ассоциативный оттенок надписанного слова.

3. Всевозможные варианты "переключения" кодов Кандзи <-> Катакана, Хирагана <-> Катакана, для достижения различных эффектов синтеза смыслов слов, изменения ракурса восприятия слова.

4. Взаимозамещение иероглифа графикой (его пиктограммой) и наоборот, сочетание текста и (смысловой) пиктограммы в разных вариациях.

5. С появлением персонального компьютера, латинский алфавит в качестве транслита японского языка – Ромадзи становится широко употребляемым, входят в пользование компьютерные символы. Японский графический дизайн мгновенно воспринимает их как новые системы кодирования.

В западных языках также имеет место феномен "шифрования" слова: 4и, 2и, 4М (Forum), 7я, по4му? и другие шарады, однако это явление весьма ограничено (поскольку есть только алфавит и цифры - создание новых шифров крайне сложно, по сравнению с ассоциативными потенциалами Кандзи японских алфавитов - западные системы письма нейтральны - поскольку универсальны), и прием шифрования не столь часто используется в дизайне.

Данное замечание сделано и с учётом различных видов шрифтов западных алфавитов, начиная с готических, классических итальянских и заканчивая яркими акцидентными. Поскольку шрифт как форма второстепенен по отношению к самому знаку, соответственно шрифт своим видом дополняет смысл слова, графически выражая его и практически не способен этот смысл изменить. Кроме того, в арсенале азиатской типографики также есть и печатные и акцидентные шрифты, принцип использования которых аналогичен европейскому.

В современном японском графическом дизайне самоценным является способ синтезирования, "шифрования" посредством сочетания кодов, в чем и заключается его уникальность в каждой графической работе. Этот аспект рассмотрим на примерах конкретных работ, взятых из графических альбомов "Japan Graphic From wood block and zen to manga and kawaii" (RotoVision) и "Japanese Graphic Nou" (Tashen, 2003). Примечательно, что в альбомах нет никак пояснений относительно дизайнерской находки работ, то есть, вероятно, они отобраны как образцы типографики без понимания их основной ценности.

Наиболее интересной из просмотренного материала нам кажется серия промоутерских работ, выполненная дизайн - бюро «Dainippon Type Organization» для Асами Имадзюку.

Шифрование, как проектный прием, вероятно, является творческим кредо лаборатории типографики «Dainippon», где различные синтезные комбинации знаков разрабатываются с 1994.



из альбома Graphic Japan,

2002.

Интересность данных постеров в следующем:

с первого взгляда на них просто иероглифы: 今 宿 麻 美

Однако, дополнительные значки, которых в написании Кандзи нет - ◦ и ", подсказывают, что надпись сделана Каной (алфавитом), здесь – Катаканой.

В целом композиции читаются так:

今(«има» - сейчас) -> バンク(панк)

宿 («ядо» - гостиница) -> ウィンター (winter)

麻(«аса» - конопля) -> タンポポ («тампопо» - одуванчик) и, наконец, замечательное смысловое сочетание:

美(«би» - красота, (как идея), при тщательном рассмотрении оказывается словом

デザイナー (designer).

«Dainippon Type Organization» для Levi's.



здесь сочетание Кандзи 自分

(«дзибун» - я, в смысле myself); при «расшифровке» каждый из двух Кандзи оказывается リバーイス (Levi's).

Знаки искажены несколько сильнее, чем в примере 1) – интересность и ценность данной работы ещё и в том, что она работает как цельный слоган.

"Hokusetsu"



HOKUSETSU Brand Management
For Mitsui Paper Co Ltd

Логотип бумажного бренда "Hokusetsu".

Здесь «снежинка» образована шестью парами иероглифов:

北 Hoku – север (северный) и

雪 Setsu - снег

В качестве вывода рискнём выдвинуть гипотезу, что семиотическая структура японского языка повлияла на формирование японского графического

дизайна самым непосредственным образом, обеспечив основу развития синтеза смыслов, как слов, так и графических изображений, что можно аргументировать следующими фактами:

Искусственные сочетания смыслов по принципу Кандзи + "чтение" Каной встречаются в японской литературе, начиная с XI века. (源氏物語)

Далее принцип широко используется в литературе и комиксах, с экономическим развитием переходит в наружную рекламу.

«Синтезные» графические изображения появляются с начала 70х годов.

В японском дизайне наиболее часто и ярко используется данный проектный метод: граф. Лого, ВВФ проигрыватель 無印 и т.д.

И.В. Наumenko

Рисунок в художественном образовании России XVIII-XX веков

Цели, задачи, методы, приемы обучения рисунку имеют богатую историю. Начиная с эпохи Возрождения, «рисунок» стал рассматриваться как серьезная научная дисциплина, обладающая точными и доступными для изучения законами и правилами. Впервые художники стали изучать законы природы, перспективы, оптики, анатомическое строение тела человека.

С XVIII века в России началось обучение реалистическому рисунку, в основе метода преподавания которого лежало рисование с натуры. Во многом этому способствовали реформы Петра Первого. По его инициативе в 1711г. при Петербургской типографии была организована *светская школа рисования*. Из-за границы приглашались ведущие педагоги-художники, с которыми заключались контракты. Это были художники из Дании, Германии, Франции, Швейцарии, Италии и других стран.

Для правильной организации методики рисования была издана книга