



УДК 7.05:004.738.5:347.77

СЕМІОТИЧНА РЕВІТАЛІЗАЦІЯ ГЛАГОЛІТИЧНОГО «ASH» У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

КОБРИНЕЦЬ Антон

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
info@kobrynets.com

У роботі розглянуто семіотичний потенціал глаголітичної літери «Az/Ash» як основи для створення сучасних графічних форм. Проаналізовано способи деконструкції архайчного гліфа та його адаптації до актуальної візуальної комунікації без втрати культурної ідентичності. Виокремлено три стратегії ревіталізації знака: геометричну редукцію, абстрактну деконструкцію та контрформенну адаптацію.

Ключові слова: глаголиця, Ash, семіотика, графічний дизайн, айдентика, типографіка.

ВСТУП

У сучасному графічному дизайні питання візуальної ідентичності дедалі тісніше пов'язане з темою культурної пам'яті [1]. Для України це означає не лише пошук привабливої форми, а й вироблення такої графічної мови, яка могла б передавати історичну тяглість без фольклорного спрощення та декоративної шароварщини. Саме тому актуальним стає звернення до давніх знакових систем як до джерела нових візуальних рішень [2].

Особливе місце в цьому полі займає глаголиця. На відміну від звичних кириличних і латинських форм, вона сприймається як система з високим ступенем символічної насиченості, де кожен гліф має не лише функцію письма, а й автономну образну цінність [3]. Перша літера - «Az/Ash» - є особливо придатною для переосмислення, оскільки поєднує архетипіку початку, ідею особистості та виразну геометричну побудову.

Проблема полягає в тому, що в сучасній дизайнерській практиці глаголиця переважно сприймається як історичний експонат, складний для інтеграції в актуальні брендингові та цифрові системи. Отже, виникає потреба визначити, яким чином архайчний знак може бути трансформований у функціональний інструмент сучасної візуальної комунікації без втрати свого культурного генезису.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета дослідження полягає в аналізі семіотичного потенціалу глаголітичної літери «Ash» як фундаменту для створення сучасних графічних форм. Завданням є виявлення тих візуальних констант знака, що можуть бути



збережені в процесі стилізації, спрощення та масштабування для айдентики, шрифтового дизайну й цифрових інтерфейсів.

Об'єктом дослідження є глаголітичний гліф «Ash» як носій культурного коду у графічному дизайні. Предметом дослідження виступають способи його формальної та семантичної ревіталізації. Методологічно робота спирається на семіотичний аналіз, морфологічну деконструкцію форми та візуальне моделювання на модульній сітці.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Семіотичний потенціал літери «Ash» визначається тим, що її графічна структура не зводиться до простого фонетичного маркера. У ній поєднуються вертикальна вісь, хрестоподібний каркас і петлеподібні завершення, які формують впізнаваний силует та внутрішню контрформу. Саме ця архітектоніка дає змогу трактувати знак як культурно навантажений візуальний об'єкт, здатний існувати не лише в тексті, а й у ролі самостійного символу.

Перша стратегія ревіталізації - геометрична редукція. Вона передбачає вписування традиційного гліфа в модульну сітку та перехід від складного рукописного дукту до лаконічної векторної форми. У такому підході зберігаються ключові пропорції та логіка побудови, але усуваються зайві декоративні коливання. Результатом стає знак, сумісний із візуальною мовою сучасного гротеску, системних іконок і цифрових інтерфейсів.

Друга стратегія - абстрактна деконструкція. Її сутність полягає у виділенні базових констант гліфа та їхньому використанні як окремих графічних модулів. Центральна вісь, вузол перетину, петлі та контрформа можуть бути переосмислені як незалежні елементи айдентики.

Третя стратегія - контрформенна адаптація. У цьому випадку акцент переноситься з лінійного каркаса на внутрішні площини знака. Заповнення контрформ кольором, текстурою чи ритмічною фактурою перетворює гліф на потужну акцидентну форму, придатну для плакатної графіки, мерчу, обкладинок і патернів. Таким чином «Ash» стає не лише літерою, а й повноцінним візуальним мотивом (Рис. 1).

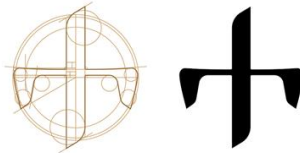


Рис. 1. Глаголітичний Ash та схема побудови знак

Ключовою умовою успішної ревіталізації є відмова від прямої стилізації під «давнину». Якщо знак перевантажується псевдоісторичними деталями, він втрачає функціональність і перетворюється на декоративний сувенір. Натомість сучасний дизайн потребує суворої роботи з пропорцією, ритмом, контрастом товщин і масштабованістю. Саме мінімалістичне переосмислення



дозволяє донести культурний код до сучасного користувача без візуального анахронізму.

Практична цінність ревіталізованого «Ash» полягає в його здатності працювати як інструмент диференціації бренду. На тлі стандартизованих латинських і кирилических рішень глаголітичний знак створює ефект інтелектуальної новизни та історичної глибини. Його використання доцільне в айдентиці культурних інституцій, освітніх проєктів, дизайнерських студій, а також у територіальному брендингу, культурній дипломатії та презентації українських креативних продуктів на міжнародному рівні (Рис 2).



Рис. 2. Комерційна версія Ash для популяризації в медіа

Отже, семіотична ревіталізація «Ash» демонструє, що глаголиця може бути включена в активний інструментарій сучасного дизайнера. Переклад знака на мову модульної геометрії, системного шрифту та сучасної айдентики не руйнує його автентичність, а, навпаки, актуалізує її. Це дозволяє розглядати глаголітичні гліфи як перспективне джерело нових візуальних систем, здатних поєднати культурну пам'ять із вимогами цифрової епохи.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз підтверджує, що глаголітична літера «Ash» має високий потенціал для сучасного графічного дизайну завдяки поєднанню символічної насиченості та конструктивної ясності форми. Виокремлені стратегії - геометрична редукція, абстрактна деконструкція й контрформенна адаптація - дозволяють інтегрувати знак у різні типи візуальної комунікації: від логотипів і шрифтів до плакатної графіки та цифрових інтерфейсів.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що «Ash» може бути використаний як сучасний носій українського культурного коду без прямого цитування етнографічних мотивів. Запропонований підхід може бути корисним як у професійній брендинговій практиці, так і в дизайн-освіті, де історична графічна спадщина має розглядатися не як мертвий архів, а як ресурс для нових візуальних мов.

ЛІТЕРАТУРА

1. Чебанік В. Графіка української мови. Проєкт «Рутенія». Київ : Грамота, 2019. 160 с.
2. Мюллер-Брокманн Й. Модульні системи в графічному дизайні. Харків : ArtHuss, 2021. 176 с.
3. Frutiger A. Signs and Symbols: Their Design and Meaning. New York : Van Nostrand Reinhold, 1989. 360 p.