

Монгол маркийн дизайныг “Микро-Постер” онолын хүрээнд судлах нь

Сундуйн Өлзиймаа 

Шинжлэх ухаан технологийн их сургуулийн Хүнс, хөнгөн үйлдвэрлэл,
дизайны сургууль, Улаанбаатар, Монгол Улс

Бямбажавын Энхбат 

Шинжлэх ухаан технологийн их сургуулийн Хүнс, хөнгөн үйлдвэрлэл,
дизайны сургууль, Улаанбаатар, Монгол Улс

Чулууны Алтанцэцэг  

Соёл урлагийн их сургуулийн харьяа Соёл, урлаг судлалын хүрээлэн,
Улаанбаатар, Монгол Улс
 chuluunalt@gmail.com

Хураангуй: Шуудангийн марк нь хэмжээний хувьд график дизайны хамгийн жижиг форматын нэг боловч нийгэм, соёл, улс төр, үндэсний бэлгэдэл болон түүхэн ой санамжийг нэгэн зэрэг агуулсан визуал харилцааны өвөрмөц объект юм. Иймд энэхүү судалгаанд шуудангийн маркийг *micro-poster* дизайны онолын хүрээнд авч үзэж, түүнийг бие даасан визуал харилцааны систем хэмээн тайлбарлахыг зорилоо.

Судалгааны арга зүйд визуал анализ, семиотик шинжилгээ, иконологийн арга, мөн харьцуулсан судалгааны аргуудыг хослуулан хэрэглэв. Эдгээр аргын уялдаа нь маркийн дүрслэл дэх утга, бэлгэдэл, зохиомжийн бүтэц болон мэдээллийн дамжуулалтын онцлогийг олон түвшинд задлан шинжлэх боломжийг бүрдүүлсэн.

Судалгааны үр дүнгээс үзэхэд шуудангийн марк нь мэдээллийн өндөр нягтаршил (information compression), бэлгэдлийн олон давхар утга (symbolic density), мөн институцийн баталгаажсан визуал шинжийг нэгэн зэрэг агуулдаг болох нь тогтоогдов. Өөрөөр хэлбэл, хязгаарлагдмал талбайд төвлөрсөн байдлаар их хэмжээний утга, мэдээллийг дамжуулдаг онцгой визуал бүтэц болох нь нотлогдож байна.

Үүний үндсэн дээр уг судалгаанд “*philatelic micro-poster*” буюу “филателийн микро-постер” хэмээх ойлголтыг дэвшүүлж, шуудангийн маркийн дизайныг орчин үеийн график дизайн болон визуал соёл судлалын хүрээнд шинэ аналитик ангилалд хамааруулах онолын үндэслэлийг боловсруулав. Ийнхүү “*philatelic micro-poster*” ойлголтыг график дизайн, визуал соёл судлалын огтлолцолд байрлах бие даасан онолын категорийн түвшинд дэвшүүлж буй нь энэхүү судалгааны шинэлэг хувь нэмэр болно.

Түлхүүр үгс: шуудангийн марк, микро-постер, визуал харилцаа, визуал хураангуйлал, бэлгэдлийн нягтрал, визуал соёл

Studying Mongolian Stamp Design within the “Micro-Poster” theoretical Framework

Ulziimaa Sundui 

School of Food, Light Industry and Design,
Mongolian University of Science and Technology, Ulaanbaatar, Mongolia

Enkhbat Byambajav 

School of Food, Light Industry and Design,
Mongolian University of Science and Technology, Ulaanbaatar, Mongolia

Altantsetseg Chuluun  

The Research Institute of Culture and Arts, Mongolian National University
of Arts and Culture, Ulaanbaatar, Mongolia

 chuluunalt@gmail.com

Abstract: Postage stamps are among the smallest formats in graphic design; however, they constitute a unique form of visual communication that simultaneously embodies social, cultural, political, national, and historical meanings. Accordingly, this study examines postage stamps within the framework of micro-poster design theory and aims to interpret them as an independent system of visual communication.

The research employs a combination of visual analysis, semiotic analysis, iconological interpretation, and comparative methods. This methodological integration enables a multi-layered examination of meaning, symbolism, compositional structure, and modes of information transmission embedded in stamp design.

The findings indicate that postage stamps possess a high degree of information compression, symbolic density, and institutionally validated visual characteristics. In other words, they function as distinctive visual structures capable of conveying complex layers of meaning within a highly limited spatial format.

Based on these findings, this study proposes the concept of the “philatelic micro-poster” as a new analytical category. It provides a theoretical framework for situating postage stamp design within contemporary graphic design and visual culture studies. By positioning the “philatelic micro-poster” at the intersection of graphic design and visual culture, this research contributes a novel conceptual category and expands the theoretical scope of micro-scale visual communication.

Keywords: *postage stamp, micro-poster, visual communication, information compression, symbolic density, visual culture*

Оршил

Шуудангийн марк нь зөвхөн шуудангийн төлбөрийн хэрэгсэл төдийгүй соёлын үнэт зүйлсийг хадгалсан, түүхийн баримтат эх сурвалжийн шинжтэй онцгой бүтээл бөгөөд нийгмийн амьдралд өрнөж буй үйл явдал, өнгөрсөн болон одоо цагийн бодит байдал, газар зүйн орон зай, байгалийн үзэгдэл, нийгэм-соёлын үйл явцыг дүрслэл болон бичмэл мэдээллийн хамтаар агуулж, олон нийтэд түгээн дэлгэрүүлэх үүрэг гүйцэтгэдэг байна (Өлзиймаа 2024, 212). Мөн марк нь уран

сайхны шийдэл, дүрслэлийн чанараараа урлагийн бүтээлийн түвшинд хүрч, төрөөс баталгаажсан албан ёсны баримт бичгийн шинжийг мөн агуулдаг. Энэ утгаараа марк нь зөвхөн төлбөрийн хэрэгсэл бус, харин улс орны нэрийг олон улсад түгээх, түүх, соёл, үнэт зүйлийг төлөөлөх визуал медиа (Отгонбаяр 2024, 15) бөгөөд улам хөгжсөөр байна.

Ийнхүү шуудангийн марк нь харилцаа холбооны хэрэгслийн зориулалттай ч хөгжлийн явцад улс орны соёл, түүх, үнэт зүйлсийг илэрхийлсэн визуал бүтээл болон хувирсан байна. Ялангуяа Монгол шуудангийн марк нь жижиг хэмжээний талбайд үндэсний онцлог, түүхэн үйл явдал, соёлын бэлгэдлийг шингээсэн онцгой дизайны объект юм (Сарантуяа 2015).

Өнөөдөр маркийг ихэвчлэн түүхэн болон цуглуулгын талаас судалж ирсэн бөгөөд түүний визуал зохиомж, дизайны онцлогийг орчин үеийн онолын үүднээс авч үзсэн судалгаа харьцангуй хомс байна. Иймээс энэхүү судалгаа нь монгол маркийн дизайныг “micro-poster” онолын хүрээнд авч үзэх замаар түүний визуал харилцааны шинж чанарыг тодруулах зорилго тавилаа.

График дизайны бүтээлүүд нь хэмжээ, орчин, хэрэглээний нөхцөлөөс хамааран өөр өөр хэлбэрээр илэрдэг. Постер нь уламжлалт байдлаар том форматтай, олон нийтэд чиглэсэн визуал харилцааны хэрэгсэл юм (Эрдэнэцог 2024, 54). Харин шуудангийн марк нь хэдхэн сантиметр талбайд багтсан боловч ижил үүргийг гүйцэтгэдэг бичил форматтай визуал медиа юм (Dulshan Ellawela 2025).

Энэхүү судалгааны гол зорилго нь маркийг зөвхөн филателийн объект төдийгүй бичил хэмжээний постер буюу “micro-poster” гэж үзэх онолын үндэслэлийг боловсруулахад оршино. Үүнтэй холбогдуулан дараах асуултуудыг дэвшүүлж байна.

1. Маркийг ямар үндэслэлээр микро-постер гэж тодорхойлох вэ?
2. Жижиг форматад мэдээллийн нягтаршил хэрхэн бүрэлддэг вэ?
3. Марк нь үндэстний төлөөллийн ямар механизмыг агуулдаг вэ?

Иймээс энэхүү судалгаа нь шуудангийн маркийг микро хэмжээний визуал харилцааны систем болгон авч үзэж, “филателийн микро-постер” хэмээх шинэ аналитик ангиллыг график дизайн болон визуал соёлын судлалд дэвшүүлж байна. Энэ нь маркийн дизайныг илүү өргөн онолын хүрээнд тайлбарлах, түүний утга агуулга, визуал илэрхийллийн онцлогийг гүнзгийрүүлэн судлах боломжийг нээж өгч байна.

Судлагдсан байдал: Марк судлал (philately¹) нь ихэвчлэн түүхэн, эдийн засгийн болон цуглуулгын шинж чанарт төвлөрч ирсэн байдаг. Харин график дизайны судалгаанд жижиг хэмжээний визуал бүтээлийг бие даасан харилцааны систем болгон авч үзэх нь харьцангуй шинэ хандлага юм. Иймээс бичил формат дахь визуал харилцааны онцлог, ялангуяа шуудангийн маркийн дизайныг онолын түвшинд судлах шаардлага урган гарч байна.

График дизайны модернист урсгал нь зохиомжийн энгийн байдал, харааны эрэмбэ, типографийн ач холбогдлыг онцолдог (Tufte 1990, 47) бол, мэдээллийн дизайны онол нь мэдээллийг хэрхэн оновчтой, хураангуй хэлбэрээр дамжуулах

¹ Филатели - шуудангийн марк болон шуудангийн түүхийг судалдаг салбар юм.

асуудлыг судалдаг (Lupton 2010, 98). Үүнтэй уялдан семиотикийн онол нь визуал дүрслэл дэх утга, бэлгэдлийн олон давхаргыг тайлбарлахад чухал үүрэгтэй. Тухайлбал, Умберто Эко тэмдгийн олон утгат шинжийг тодорхойлсон (Есо 1979, 58) бол, Эрвин Панофский дүрслэлийн утгыг иконологийн гурван шатлалт аргаар задлан шинжилсэн (Panofsky 1955) байна.

Мөн визуал харилцааны судалгаанд Гюнтер Кресс болон Тео ван Лёвэн нарын мульти модуль шинжилгээ (multimodal analysis)² нь дүрс ба текстийн уялдаа холбоог тайлбарлах онолын чухал суурь болж байна (Kress, Leeuwen 2017).

Дээрх онолуудыг шуудангийн маркийн дизайнтай холбон, түүнийг жижиг хэмжээний визуал харилцааны бие даасан систем болгон авч үзсэн судалгаа тун ховор байгаа нь энэхүү судалгааны үндсэн асуудал (research gap) болж байна.

Онолын үндэслэл: Микро хэмжээний визуал харилцаа ба микро-постер дизайн

Жижиг хэмжээний визуал бүтээлүүд нь хязгаарлагдмал орон зайд их хэмжээний мэдээллийг дамжуулах шаардлагатай байдгаараа график дизайны онолд онцгой байр суурь эзэлдэг. Ийм төрлийн бүтээлүүд нь зохиомжийн хувьд энгийн боловч нягт, бэлгэдлийн өндөр агуулгатай байх шаардлагатай бөгөөд мэдээллийг богино хугацаанд ойлгогдохоор оновчтой хэлбэрт зохион байгуулахад чиглэдэг. Орчин үеийн визуал харилцаанд хэрэглэгчийн анхаарал төвлөрөх хугацаа богиносож буй нөхцөлтэй уялдан, мэдээллийг шахмал, үр ашигтайгаар дамжуулах шаардлагыг улам бүр чухалчилж байна.

Энэхүү судалгаанд жижиг хэмжээний визуал зохиомжийг тайлбарлахдаа орчин үеийн график дизайнд түгээмэл хэрэглэгдэж буй *микро-постер* хандлагатай холбон авч үзэж байна. *Микро-постер* нь жижиг хэмжээний талбайд хүчтэй визуал нөлөө үзүүлэх зорилготой, өндөр нягтаршилтай мэдээлэл дамжуулах дизайны хэлбэр бөгөөд минимал зохиомж, тодорхой концепц, харааны шууд нөлөөлөлд тулгуурладаг.

Энэхүү хандлагыг тайлбарлахдаа модернист дизайны онол, мэдээллийн дизайн, семиотикийн зарчмуудыг нэгтгэн авч үзэж байна. Модернист дизайнд илүүдэл элементийг хасах, утгын төвлөрлийг нэмэгдүүлэх зарчим чухалд тооцогддог бөгөөд үүнийг “less is more” буюу “Цөөн нь илүүг илэрхийлнэ” хэмээн тодорхойлсон байна (Jonathan Ive 2011, 45). Энэ нь *микро-постер* дизайнд концепцийн тодорхой суурь нөхцөл болдог. Үүний зэрэгцээ зохиомжийн бүтэц, элементүүдийн зохион байгуулалт нь харааны эрэмбийг тодорхойлж, мэдээллийг шаталсан байдлаар хүлээн авах боломжийг бүрдүүлдэг. Энэ нь Йозеф Мюллер-Брокманний боловсруулсан “*торон систем*” (*grid system*)-ийн онолтой уялдаж, визуал мэдээллийг логик, эмх цэгцтэй байдлаар зохион байгуулах нөхцөлийг бүрдүүлдэг (Müller-Brockmann 1996, 51).

Жижиг хэмжээний визуал бүтээлүүд, ялангуяа *микро-постер* хэлбэрийн зохиомжийн хувьд мэдээллийн өндөр нягтаршил нь гол шинж болдог. Хязгаарлагдмал талбайд олон утга агуулгыг багтаах шаардлага нь мэдээллийг

² Multimodal analysis нь дүрслэл, бичвэр, өнгө, зохиомж зэрэг олон төрлийн визуал элементүүдийн харилцан уялдаа холбоогоор утга хэрхэн бүтэж байгааг судлах арга зүй юм.

шахах, хураангуйлах, илүүдэл элементээс зайлсхийхийг шаарддаг. Эдвард Тафти нь визуал элемент бүр утга дамжуулах үүрэгтэйг онцолж, мэдээллийн үр ашигтай илэрхийллийг “*data-ink ratio*” буюу “*мэдээлэл–дүрслэлийн харьцаа*” гэсэн ойлголтоор тайлбарласан (Tufte 1997, 91) байна.

Нөгөө талаас, *микро-постер* зохиомж нь бэлгэдлийн өндөр агуулгатай байна. Нэг дүрс, эсвэл цөөн тооны элементээр өргөн хүрээтэй утгыг илэрхийлэх нь семиотикийн үүднээс “утгын нягтруулалт”-тай холбоотой бөгөөд визуал тэмдэг нь олон давхар утгыг илэрхийлж чадна. Ролан Бартын үзсэнээр дүрслэл нь зөвхөн шууд утга бус, соёл, түүх, үзэл суртлын давхар утгыг агуулдаг (Barthes 1977, 32).

Түүнчлэн, типографи нь *микро-постер* дизайнд бие даасан утга илэрхийлэгч элемент болдог. Типографийн хэлбэр, хэмжээ, байрлал нь зохиомжийн утга илэрхийлэлд шууд нөлөөлдөг бөгөөд зарим тохиолдолд гол мэдээллийн хүчин зүйл болдог. Массимо Виньелли нь типографи бол визуал харилцааны үндсэн хэрэгсэл хэмээн тодорхойлж, типографийг “*visual voice*” буюу “*харааны өнгө аяс, илэрхийлэл*” гэж үзсэн (Vignelli 2010, 72) байна.

Дээрх онолын хандлагуудыг нэгтгэн авч үзвэл, *микро-постер* хэлбэрийн жижиг хэмжээний визуал бүтээлүүд нь дараах үндсэн шинжтэй байна. Үүнд:

1. Нэг төв санаанд суурилсан концепцийн төвлөрөл,
2. Харааны шаталсан бүтэц бүхий зохиомж,
3. Мэдээллийн өндөр нягтарал,
4. Бэлгэдлийн олон давхар утга,
5. Типографи утга илэрхийлэх үүрэг зэрэг багтана.

Эдгээр шинжүүд нь жижиг хэмжээний визуал бүтээлийг зөвхөн гоо зүйн объект бус, харин мэдээлэл, соёл, бэлгэдлийн утгыг нэг дор агуулсан, өндөр нягтаршилтай визуал харилцааны хэлбэр болохыг харуулж байна.

Судалгааны арга зүй

Энэхүү судалгаанд шуудангийн маркийн дүрслэл, дизайны онцлогийг олон талаар тайлбарлахын тулд хэд хэдэн судалгааны аргыг хослуулан ашиглав. Юуны өмнө визуал анализын аргаар маркийн зохиомж, өнгөний шийдэл, типографийн хэрэглээг судалж, дүрслэлийн хэлбэр, харааны бүтэц, мэдээлэл дамжуулах арга барилыг тодорхойлсон. Үүний зэрэгцээ семиотик анализыг ашиглан дүрслэлийн шууд утга (denotation) болон давхар утга (connotation)-ын түвшинд задлан шинжилж, маркийн бэлгэдэл, утга зүйн давхар бүтцийг илрүүлэв.

Мөн иконологийн тайллын аргаар дүрслэлийн гүн утга, түүхэн болон үзэл санааны агуулгыг тодорхойлохыг зорьж, тухайн үеийн нийгэм, соёл, улс төрийн нөхцөлтэй уялдуулан тайлбарласан. Судалгааны хүрээнд кейс судалгааны аргыг ашиглан тодорхой маркуудыг сонгон авч, тэдгээрийн дизайны онцлог, бэлгэдлийн агуулгыг нарийвчлан задлан шинжилсэн. Үүнээс гадна харьцуулсан аргыг хэрэглэн өөр өөр цаг үеийн болон сэдэв, зохиомжийн хувьд ялгаатай маркуудын хоорондын ижил болон ялгаатай талыг тодруулж, хөгжлийн хандлагыг тодорхойлох боломжийг бүрдүүлэв.

Эдгээр аргуудыг уялдуулан ашигласнаар шуудангийн маркийг зөвхөн дүрслэлийн түвшинд бус, харин утга зүй, бэлгэдэл, дизайны бүтцийн нэгдмэл

систем болгон авч үзэх боломж бүрдсэн. Судалгаанд 1932–1963 оны хооронд гарсан Монгол шуудангийн зарим маркийг сонгон авч, тухайн үеийн дизайны онцлог, визуал илэрхийллийн хэлбэрийг задлан шинжилсэн болно. Тус хугацаанд Монголд нийт 275 ширхэг марк хэвлэгдэж эргэлтэд орсон бөгөөд өргөн өндрийн хэмжээг авч үзвэл хамгийн жижиг нь 26х37 мм, том нь 44х44 мм-ын форматад бүтээгдсэн (Чимэд-Очир 2024, 5-12) байна.

Судалгааны үр дүн ба шинжилгээ

1. Монгол маркийн микро-постер шинж

Монгол шуудангийн маркийн зохиомжийг “micro-poster” дизайны онолын хүрээнд авч үзвэл түүний бүтэц, илэрхийлэл нь жижиг хэмжээний визуал харилцааны бие даасан систем болох нь тодорхойлогдож байна. Судалгаанд хамрагдсан жишээнүүдээс харахад монгол маркийн дизайн нь микро-постерын үндсэн дөрвөн зарчим болох санааны төвлөрөл, харааны эрэмбэ, мэдээллийн хураангуйлал, бэлгэдлийн нягтралд тулгуурлан бүтээгдсэн байна.

Нэгдүгээрт, маркийн зохиомж нь тодорхой нэг төв санаанд суурилсан байдаг. Тухайлбал, түүхэн ой, удирдагчийн хөрөг, соёлын бэлгэдэл зэрэг нь нэг марк дотор давхардахгүйгээр төвлөрсөн байдлаар илэрхийлэгдэж байгаа нь “one idea—one impact” зарчим хэрэгжиж байгааг харуулна. Энэ нь жижиг форматад анхаарлын төвийг алдагдуулахгүй, мессежийг шууд ойлгогдох нөхцөлийг бүрдүүлдэг.

Хоёрдугаарт, маркийн зохиомж нь харааны тодорхой эрэмбэтэй байна. Судалгааны жишээнүүдэд гол дүрслэл төв хэсэгт байрлаж, улсын нэр, он цаг, номинал үнэ зэрэг мэдээлэл дээд, доод болон булан хэсгүүдэд шаталсан бүтэцтэй байрласан нь ажиглагдсан. Энэхүү зохион байгуулалт нь үзэгчийн харааг тодорхой дарааллаар чиглүүлж, мэдээллийг богино хугацаанд хүлээн авах боломжийг олгодог.

Гуравдугаарт, марк нь өндөр түвшний мэдээллийн хураангуйлалтай визуал бүтээл юм. Хязгаарлагдмал талбайд түүх, соёл, улс төр, институцийн мэдээллийг нэгтгэн илэрхийлж байгаа нь мэдээллийг илүүдэлгүйгээр шахан байрлуулах зохиомжийн стратеги хэрэгжиж байгааг илтгэнэ. Энэ нь визуал хураангуйллын механизм бодитоор үйлчилж буйг харуулж байна.

Дөрөвдүгээрт, маркийн дүрслэл нь бэлгэдлийн нягтрал өндөртэй байдаг. Нэг дүрс нь олон давхар утгыг агуулж, соёл, идеологи, төрийн бэлгэдлийг илэрхийлдэг. Дүрс, өнгө, бичвэрийн харилцан уялдаа нь зөвхөн шууд мэдээлэл дамжуулах бус, харин гүн утга, үнэт зүйлийг кодчилон илэрхийлэх үүрэг гүйцэтгэж байна.

Ийнхүү Монгол шуудангийн марк нь жижиг хэмжээний орон зайд мэдээлэл, бэлгэдэл, зохиомжийн нэгдмэл системийг бүрдүүлсэн бөгөөд микро-постер дизайны үндсэн зарчмуудыг бүрэн илэрхийлсэн визуал бүтээл болох нь энэхүү судалгаагаар тогтоогдож байна.

2. Монгол маркийн микро-постер анализ

Кейс судалгаа 1. Монгол шуудангийн 1932–1963 онд гарсан маркийн зохиомжийг микро-постер дизайны онолын үндсэн шалгуур үзүүлэлтүүдээр системтэйгээр задлан шинжилсэн болно (Хүснэгт 1). Шинжилгээ нь санааны төвлөрөл, харааны эрэмбэ, мэдээллийн нягтаршил, бэлгэдлийн шахалт, үсгийн

зохиомж, өнгөний хэрэглээ, хүрээний бүтэц, соёлын кодчилал, функциональ үүрэг зэрэг олон хэмжигдэхүүнийг хамарсан бөгөөд маркийн зохиомжийг нэгтгэн авч үзэх боломжийг бүрдүүлж байна. Маркийн зарим жишээг 1, 2, 3-р зурагт харуулав.



Зураг 1. 1932 он “Шинэ Монгол” 13 нэгж



Зураг 2. 1961 он “Ардын хувьсгалын 40 жил” 1 блок



Зураг 3. 1963 он “ОУ-ын ҮЗН 100 жил” 5 нэгж

Хүснэгт 1. Монгол шуудангийн маркийн зохиомжийг микро-постер дизайны онолын хүрээнд задлан шинжилсэн нь

№	Шинжилгээний ангилал	Үзүүлэлт	Тухайн марк дээрх илэрхийлэл	Онолын тайлбар	Дүгнэлт
1	Санааны тодорхой байдал (Conceptual clarity)	Нэг санаанд төвлөрөл	Бичиг үсэг дүрслэл	Микро-постер: нэг санаа – нэг хүчтэй визуал нөлөөлөл (one idea—one impact)	Нэг марк = нэг түүхэн санаа
2	Харааны эрэмбэ (Visual hierarchy)	Харааны дараалал	Төв (баримт)- Доод (он) - Дээд (нэр) - Булан (үнэ)	Зохиомжийн торон бүтэц, харааны эрэмбэ (grid, hierarchy)	Мэдээлэл хурдан ойлгогдоно
3	Мэдээллийн нягтрал (Information density)	Олон мэдээлэл	Түүх, байгууллага, улс, үнэ, соёл	Мэдээллийн дизайн (Information design)	Өндөр нягтаршилтай
4	Бэлгэдлийн нягтрал (Symbolic compression)	Олон утга	Баримт = түүх; улаан өнгө = төр	Семиотик	Нэг дүрс = Олон утга
5	Үсгийн зохиомж	Адилсал (Identity)	“Монгол шуудан”, “MONGOLIA”	Типографи утга (Typography = meaning)	Үсэг = соёлын код
6	Өнгө ба эерэгцэл (Color & contrast)	Анхаарал татах	Улаан дэвсгэр, тод ялгаралт	Харааны онцлол (Visual emphasis)	Хүчтэй визуал нөлөө

7	Хүрээ (Framing)	Бүтцийн хязгаар	Чимэглэлийн хүрээ	Бие даасан зохиомж (Self- contained design)	Бие даасан зохиомж
8	Соёлын код (Cultural encoding)	Үндэсний шинж	Өнгө, бичиг, хэлбэр	Визуал соёл (Visual culture)	Соёлын код агуулсан
9	Чиг үүрэг (Functional role)	Харилцаа	Шуудан + төрийн бэлгэдэл	Үндэсний брэнд (Nation branding)	Давхар функц
10	Синтез	Нэгдмэл систем	Бүх элемент уялдсан	Филателийн микро-постер	Визуал хураангуйлал

Эдгээр шинжүүд нь микро-постер дизайны нэг санаа – нэг хүчтэй визуал нөлөөлөл, харааны эрэмбэ, мэдээллийн хураангуйлал, бэлгэдлийн нягтрал зэрэг үндсэн зарчмуудтай бүрэн нийцэж байгааг харуулж байна. Иймээс энэхүү хүснэгтийн шинжилгээ нь Монгол шуудангийн маркийг бие даасан визуал харилцааны систем болохыг баталж, түүнийг “филателийн микро-постер” хэмээх аналитик ангилалд хамааруулах онолын үндэслэлийг дэмжиж байна.

Кейс судалгаа 2. “Хувьсгалт хэвлэл 40 жил” зориулан бүтээсэн шуудангийн маркийг (Зураг 4) микро-постер онолын хүрээнд задлан шинжилж хүснэгтэд үзүүлэв (Хүснэгт 2). Доорх хүснэгтэд (Хүснэгт 2) үзүүлсэн шинжилгээнээс харахад 1960 оны “Хувьсгалт хэвлэл 40 жил” шуудангийн марк нь нэг төв санаанд суурилсан, харааны тодорхой эрэмбэтэй, өндөр мэдээллийн нягтаршил бүхий зохиомжтой байна. “1920–1960” гэсэн хугацааны заалт нь түүхэн агуулгын гол утгыг илэрхийлж, бусад элементүүд үүнийг дэмжих байдлаар байрласан нь микро-постер дизайны “нэг санаа – нэг хүчтэй визуал нөлөөлөл” зарчим хэрэгжиж байгааг харуулна.



Зураг 4. 1960 он “Хувьсгалт хэвлэл 40 жил” 2 нэгж

Хүснэгт 2. “Хувьсгалт хэвлэл 40 жил” шуудангийн маркийн микро-постер онолын хүрээнд хийсэн анализ

№	Шинжилгээний ангилал	Тухайн марк дээрх илэрхийлэл	Онолын үндэслэл	Тайлбар дүгнэлт
1	Санааны төвлөрөл	“1920–1960”, бичиг баримтын дүрслэл	Нэг санаа – нэг нөлөөлөл (micro-poster зарчим)	Нэг түүхэн санаанд төвлөрсөн
2	Харааны эрэмбэ	Төв - Доод - Дээд -Булан	Зохиомжийн торон бүтэц (grid system)	Харааны тодорхой дараалал

3	Мэдээллийн нягтрал	Олон мэдээлэл нэг дор	Мэдээллийн дизайн, мэдээллийн нягтрал	Өндөр нягтаршил
4	Бэлгэдлийн нягтрал	Баримт = түүх, улаан = төр	Тэмдэг зүйн (семиотик) онол	Олон давхар утга
5	Үсгийн зохиомж	“Монгол шуудан”, “MONGOLIA”	Типографи дизайны онол (typography)	Адилсал илэрхийлнэ (Identity)
6	Өнгө ба эсрэгцэл	Улаан дэвсгэр	Харааны онцлол (visual emphasis)	Анхаарал татна
7	Хүрээ, зохиомжийн хязгаар	Чимэглэлийн хүрээ	Бүтцийн онол (composition)	Бие даасан зохиомж
8	Соёлын код	Үндэсний элементүүд	Визуал соёлын онол (visual cultural)	Соёлын утга агуулна
9	Чиг үүрэг	Шуудан + төрийн бэлгэдэл	Үндэсний брэнд (nation branding)	Давхар үүрэг
10	Синтез	Бүх элемент уялдсан	“Филателийн микро-постер”	Визуал хураангуйлал

Зохиомжийн хувьд төв дүрслэл давамгайл байрлаж, бичвэр болон нэмэлт мэдээлэл шаталсан бүтэцтэй байрласан нь мэдээллийг хурдан хүлээн авах боломжийг бүрдүүлж байна. Мөн уг марк нь хязгаарлагдмал талбайд түүх, соёл, институцийн утгыг нэгтгэн илэрхийлсэн бөгөөд визуал хураангуйллын механизм тодорхой илэрч байна.

Дүрслэлийн утга зүйн хувьд марк нь зөвхөн шууд утгаар хэвлэл мэдээллийг илэрхийлэхээс гадна хувьсгал, үзэл санаа, нийгмийн хөгжил зэрэг давхар бэлгэдлийн утгыг агуулж байгаа нь семиотик шинжтэй болохыг харуулж байна. Түүнчлэн, өнгө, ялангуяа улаан өнгөний давамгайл хэрэглээ нь тухайн үеийн нийгэм, улс төрийн үзэл баримтлалтай уялдан анхаарал татах, утгыг тодотгох үүргийг гүйцэтгэж байна. Харин типографийн хувьд “Монгол шуудан”, “MONGOLIA” зэрэг бичвэр нь зөвхөн мэдээлэл дамжуулах бус, үндэсний төлөөлөл, танигдах чанарыг илэрхийлсэн визуал элемент болж байна.

Кейс судалгааны нэгдсэн дүгнэлт. Энэхүү судалгаагаар хийсэн хоёр кейс судалгааны харьцуулсан шинжилгээнээс харахад Монгол шуудангийн маркийн зохиомж нь цаг хугацаа, сэдвийн ялгаатай байдлаас үл хамааран ижил төрлийн визуал зохиомжийн логик, зарчимд тулгуурласан болох нь тогтоогдож байна. Тодруулбал, судалгаанд хамрагдсан 1932–1963 оны маркууд болон 1960 оны “Хувьсгалт хэвлэл 40 жил” марк нь хоёулаа микро-постер дизайны үндсэн шинжүүдийг бүрэн илэрхийлж байна.

Нэгдүгээрт, бүх кейсүүдэд нэг төв санаанд суурилсан зохиомж давамгайлж байна. Марк бүр тодорхой нэг түүхэн үйл явдал, институт, эсвэл бэлгэдлийг илэрхийлэхэд чиглэсэн бөгөөд илүүдэл мэдээлэлгүй, төвлөрсөн утга бүхий бүтэцтэй байна. Энэ нь микро-постер дизайны “нэг санаа – нэг хүчтэй визуал нөлөөлөл” зарчим тогтмол хэрэгжиж байгааг харуулж байна.

Хоёрдугаарт, харааны эрэмбийн хувьд маркууд нийтлэг зохион байгуулалтын хэв шинжтэй байна. Гол дүрслэл төвд байрлаж, бичвэр болон нэмэлт мэдээлэл дээд, доод, булан хэсгүүдэд шаталсан байдлаар байрласан нь харааны тогтвортой загвар (visual schema) үүсгэж байгааг илтгэнэ. Энэ нь маркийн дизайнд санамсаргүй бус, харин давтагддаг бүтэц, зохиомжийн систем үйлчилж байгааг харуулж байна.

Гуравдугаарт, бүх кейсүүдэд мэдээллийн өндөр нягтаршил болон визуал хураангуйллын механизм илэрч байна. Жижиг хэмжээний талбайд түүхэн, соёлын, улс төрийн олон давхар мэдээллийг нэгтгэн илэрхийлж байгаа нь маркийг энгийн дүрслэл бус, харин нягт бүтэцтэй визуал өгүүлэмж болохыг баталж байна.

Дөрөвдүгээрт, бэлгэдлийн нягтрал нь бүх жишээнд нийтлэг шинж болж байна. Дүрс, өнгө, бичвэр нь зөвхөн шууд утга илэрхийлэхээс гадна соёл, идеологи, төрийн эрх мэдлийн бэлгэдлийг давхар агуулж, семиотик болон иконологийн олон түвшний утгын системийг бүрдүүлж байна.

Эдгээр нийтлэг шинж нь Монгол шуудангийн маркийн дизайн нь бие даасан, давтагддаг зохиомжийн логик бүхий визуал систем болохыг нотолж байна. Иймээс маркийг зөвхөн филателийн объект гэж үзэхээс илүүтэйгээр микро хэмжээний визуал харилцааны тусгай төрөл, өөрөөр хэлбэл, “филателийн микро-постер” хэмээх аналитик ангилалд хамааруулах онолын үндэслэл бүрдэж байна.

Ийнхүү уг марк нь зохиомж, өнгө, бичвэр, бэлгэдлийн нэгдмэл уялдаагаар бүрэлдсэн бөгөөд микро хэмжээний орон зайд олон давхар утга, мэдээллийг нэгтгэн илэрхийлсэн нягт бүтэц бүхий визуал бүтээл болох нь харагдаж байна. Энэ утгаараа уг маркийг энгийн график дүрслэл гэж үзэхээс илүүтэйгээр түүх, соёл, институцийн утгыг шингээсэн “хураангуйлсан визуал өгүүлэмж” гэж тодорхойлох боломжтой бөгөөд микро-постер онолын үндсэн шинж чанаруудыг бүрэн илэрхийлсэн “филателийн микро-постер” хэмээн дүгнэж байна.

Хэлэлцүүлэг

Энэхүү судалгааны үр дүн нь Монгол шуудангийн маркийн дизайныг уламжлалт филателийн хүрээнээс давуулан авч үзэх шаардлагатайг харуулж байна. Судалгаанд хамрагдсан кейсүүд нь маркийг зөвхөн хэрэглээний шинжтэй объект бус, харин мэдээлэл, бэлгэдэл, институцийн утгыг нэгтгэсэн визуал харилцааны нэгдмэл систем болохыг нотолж байна. Ялангуяа микро хэмжээний орон зайд мэдээллийг зохион байгуулах арга барил нь санамсаргүй бус, харин тодорхой зохиомжийн логик, стратегид тулгуурласан болох нь илэрч байна.

Micro-poster дизайны онолын үүднээс авч үзэхэд маркийн зохиомж нь санааны төвлөрөл, харааны эрэмбэ, мэдээллийн хураангуйлал, бэлгэдлийн нягтрал зэрэг үндсэн зарчмуудыг тогтвортой хэрэгжүүлж байна. Энэ нь маркийг жижиг форматтай боловч өндөр нөлөөлөл бүхий визуал медиа болгон тодорхойлох боломжийг бүрдүүлж байгаа бөгөөд график дизайны судалгаанд бичил хэмжээний бүтээлийг бие даасан судлагдахуун болгон авч үзэх онолын үндэслэлийг өргөжүүлж байна.

Семиотик болон иконологийн шинжилгээний үр дүнгээс харахад маркийн дүрслэл нь зөвхөн ил утга илэрхийлэхээс гадна соёл, улс төр, үзэл суртлын гүн агуулгыг давхар илэрхийлдэг байна. Ялангуяа социализмын үеийн маркууд нь удирдагчийн дүр, түүхэн ой, төрийн бэлгэдлийг төвлөрүүлэн илэрхийлэх замаар

институцийн эрх мэдэл, албан ёсны түүхэн өгүүлэмжийг баталгаажуулах үүрэг гүйцэтгэж байжээ. Энэ нь маркийг визуал соёлын хүрээнд авч үзэхэд зөвхөн дүрслэл бус, харин “утга үйлдвэрлэх” механизм болохыг харуулж байна.

Үүнээс гадна марк нь олон улсын шуудангийн сүлжээгээр дамжин гадаад орчинд тархдаг онцлогтой тул үндэсний дүр төрхийг илэрхийлэх, өөрөөр хэлбэл, “nation branding” болон соёлын дипломат харилцааны хэрэгсэл болох боломжтой байна. Иймээс маркийг дотоод харилцааны хэрэгсэл төдийгүй гадаад харилцааны визуал төлөөллийн хэлбэр гэж ойлгох нь зүйтэй.

Гэсэн хэдий ч энэхүү судалгаа нь тодорхой цаг хугацааны (1932–1963) хүрээнд хязгаарлагдсан тул маркийн дизайны хувьсал, ялангуяа пост-социалист болон орчин үеийн маркуудын визуал хэл, зохиомжийн өөрчлөлтийг хамарсан өргөн хүрээний судалгаа шаардлагатай байна. Мөн олон улсын маркийн дизайнтай системтэй харьцуулсан судалгаа хийх нь “филателийн микро-постер” ойлголтыг илүү баталгаажуулахад чухал ач холбогдолтой юм.

Эцэст нь, энэхүү судалгаа нь шуудангийн маркийг микро хэмжээний визуал харилцааны систем болгон авч үзэх шинэ хандлагыг дэвшүүлж, график дизайн болон визуал соёлын судалгаанд “филателийн микро-постер” хэмээх шинэ аналитик ангиллыг нэвтрүүлэх онолын боломжийг нээж байна.

Дүгнэлт

Монгол шуудангийн марк нь жижиг хэмжээтэй боловч өндөр мэдээллийн нягтаршил, бэлгэдлийн олон давхар утга агуулсан цогц визуал систем болох нь энэхүү судалгаагаар тодорхой боллоо. Хязгаарлагдмал орон зайд түүх, соёл, институцийн утга агуулгыг нэгтгэн илэрхийлэх чадвар нь маркийг энгийн график дүрслэлээс давсан, нягтруулсан визуал өгүүлэмж бүхий бүтээл болохыг харуулж байна.

Энэхүү судалгаанд маркийг “philatelic micro-poster” хэмээн тодорхойлж, түүнийг микро хэмжээний постерын шинж чанартай визуал харилцааны хэрэгсэл гэж үзсэн нь дизайны онолын хүрээнд шинэ ангилал дэвшүүлсэнд оршино. Ийнхүү шуудангийн маркийг микро хэмжээний визуал харилцааны бие даасан систем болгон авч үзэх нь түүний дизайны бүтэц, утга зүй, бэлгэдлийн онцлогийг илүү гүнзгий тайлбарлах боломжийг нээж байна.

Тиймээс “филателийн микро-постер” хэмээх ойлголтыг график дизайн болон визуал соёлын судлалд аналитик шинэ ангилал болгон дэвшүүлж байгаа нь энэхүү судалгааны онолын гол ач холбогдол бөгөөд цаашдын судалгаанд маркийн дизайныг өргөн хүрээнд судлах суурь болж байна.

Ашигласан материал

Гадаад хэлээр:

Barthes, Roland. 1977. *Image Music Text*. London: Fontana Press.

Dulshan Ellawela, Dulshan Ellawela, Ayesha Wickramasinghe. 2025. “Beyond the visuals: Sri Lankan stamp designers personalized approach in postage stamp design.” *Elsevier*: 63-87.

- Eco, Umberto. 1979. *A theory of semiotics*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.
- Gunther Kress, Theo van Leeuwen. 2017. "Reading Images - The Grammar of Visual Design." *VNU Journal of Foreign Studies*: 164-168.
- Jonathan Ive, Klaus Klemp, Sophie Lovell. 2011. *Dieter Rams: As Little Design as Possible*. New York: Phaidon Press.
- Lupton, Ellen. 2010. *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. New York: Princeton Architectural Press.
- Müller-Brockmann, Josef. 1996. *Grid systems in graphic design: A visual communication manual for graphic designers, typographers and three dimensional designers*. Arenenbergstrasse: niggli.
- Panofsky, Erwin. 1955. *Meaning in the visual arts*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tufte, Edward R. 1990. *Envisioning Information*. New York: Graphics press.
- Tufte, Edward R. 1997. *The visual display of quantitative information*. New York: Graphic Press.
- Vignelli, Massimo. 2010. *The Vignelli Canon*. Zurich: Lars Müller Publishers.

Монгол хэлээр:

- Отгонбаяр, Т. 2024. *Монгол маркийн далд түүхээс*. Улаанбаатар: Очирпресс ХХК.
- Өлзиймаа, С. 2024. "Монгол шуудангийн маркийн дүрслэл, агуулгын хөгжлийн судалгаа." *Монголын соёл, урлаг судлал* 48: 212-225.
- Сарантуяа, Б. 2015. "Монгол шуудангийн марк ба Ө.Сэрээтэр." *Монгол судлал*: 141-146.
- Чимэд-Очир, Ч. 2024. *Монгол шуудангийн марк*. Улаанбаатар: Очирпресс ХХК.
- Эрдэнэцог, Ц. 2024. *XX зууны Монголын зурагт хуудас: Түүхэн хөгжлийн тойм*. Улаанбаатар.