

GRAPHIC DESIGN IN THE LIFE OF PEOPLE AND SOCIETY

Ruchaevskaia E.

Minsk Radioengineering College

Abstract

In this article graphic design is considered as a multi-component phenomenon. Gives a substantiation of the reasons which have influenced to overcome isolation graphic design toward science. Gives the distinctive features of theoretical studies in graphic design, their connection with the general design theory and solution practical problems. Proves the necessity of the natural science methods, socio-humanitarian and technical knowledge in the design of effective visual communication by tools graphic design. At present, graphic design is a multicomponent phenomenon in which educational and educational activities related to the training of professional personnel (education), the design of design objects (practice), as well as the development of scientific foundations of design activity (theory) are presented. Within the framework of this article, we will consider graphic design as a specialized type of scientific activity.

Keywords: *graphic design, science, communications, general design theory, special design theory, methods of scientific knowledge*

Актуальность данной темы статьи обусловлена усиливающимся с каждым годом влиянием графического дизайна на социокультурную сферу жизни. Гармоничный дизайн становится неоспоримым условием конкурентного преимущества в современных рыночных отношениях и играет важную роль в частной жизни человека. Дизайн становится не только эстетически предметным выражением духовной и материальной жизни человека, но и инструментом управления и контроля над обществом. Он формирует ценностную картину мира, поддерживает традиции, вырабатывает новые тенденции, создает комфорт и уют, придает жизни стабильность и одновременно будоражит ее.

Цель данной статьи состоит в анализе роли графического дизайна в жизни отдельного человека и общества в целом.

В этой работе будут рассмотрены основополагающие функции дизайна, которые позволят проанализировать многогранную природу дизайна и адекватно оценить его значение в современном мире.

Объект данной работы – человек, общество и бытие под влиянием дизайна.

Предмет данной статьи – роль графического дизайнера в жизни человека, общества и бытия.

Слова «цифровой», «графический» и «дизайн» приобрели в современном мире особое значение. Людей, которых не коснулся информационный и технологический процесс, можно пересчитать по пальцам. Персональные компьютеры проникли, наверное, в каждый дом и стали частью каждого рабочего места. Графический дизайн эволюционировал как гибридная сфера деятельности, заимствуя что-то не только в изобразительном искусстве, но и в математике, инженерном деле и психологии.

С появлением компьютеров цифровая революция, охватившая традиционный графический дизайн, набрала невероятную скорость. Многие специальности практически потеряли свою актуальность, технические аспекты производства сузились до пространства компьютера, а дизайнерам пришлось оттачивать мастерство в областях, ранее не относящихся к их компетенции. Причем круг вопросов становился все шире, начиная от владения нужным программным обеспечением до осмысления будущего, значит, мы смотрим недостаточно далеко».

И в заключение цитата, которая как нельзя лучше описывает сущность современного графического дизайнера: «Цифровой дизайн похож на живопись, только краски никогда не сохнут... Невилл Броуди (Neville Brodi)

Если обратиться к истории становления графического дизайнера, то на протяжении длительного времени наблюдалось взаимное обособление художественно-проектной и научно-исследовательской деятельности, что вписывалось в рамки общей тенденции развития духовной культуры. Так, в историческом процессе, начиная с эпохи Нового времени, научное познание (не искусство) в системе ценностей европейской культуры занимало центральное место. Ситуация изменяется в эпоху неклассической и постнеклассической науки, когда, согласно Х.Г. Гадамеру, происходит сближение науки и искусства. С одной стороны, появляется потребность в «человекообразном» познании, в создании «коммуникативной общности», что связано с ценностно-эмоциональными сторонами познания [2]. В социокультурном плане актуальность проблемы соотношения графического дизайнера и науки конца XX – начала XXI вв. обусловлена тем, что искусство и наука становятся взаимодополнительными принципами в общей структуре познавательного процесса. С другой стороны, в профессиональной и повседневной

деятельности увеличивается влияние визуальных образов на сознание современного человека, возрастает роль визуальных коммуникаций. В этих условиях «художественные умения оказались востребованными не только в художественных, но и в нехудожественных видах творчества, таких как сфера коммуникаций, реклама, дизайн» [3, с. 3]. Иными словами, в зависимости от трансформаций социально-культурного контекста изменялось соотношение не только между наукой и визуальными искусствами, но и преодолевается обособление между наукой и графическим дизайном.

Растущий интерес к исследованию научных основ графического дизайна обнаруживается, начиная с 80-х гг. XX века. К этому времени позиция по отношению к графическому дизайну как к технологическому процессу «не обременённой теорией» исчерпала себя.

Данные обстоятельства определили появление двух направлений в рамках теоретических исследований. Первое направление обусловлено потребностью в осмыслении природы графического дизайна, его функций, направлений развития в связи с достижениями в области проектирования дизайн-объектов. Появление первых теоретических исследований было ориентировано на систематизацию конкретных результатов, полученных в различных областях дизайна. Как отмечает Е.М. Бизунова, ещё в 60-е гг. XX века в отечественном дизайне, с опорой на западных теоретиков, таких как Т. Мальдонадо и др., были сформированы концептуальные основания теоретических исследований в области дизайна [1, с. 13]. Эти исследования имели целью развитие общей теории дизайна, её принципов. Проблематика научных исследований касалась, прежде всего, разработки теоретических основ дизайна, его методологии, выявления исторических, социальных условий, психологических факторов дизайн-проектирования. Итогом исследований, осуществляемых научным явилось формирование в 1965–1968 гг. системно-деятельностной методологии общей теории дизайна, выявление типов и особенностей проектной культуры, создание понятийного аппарата исследований.

Важным аспектом данных исследований являлся вопрос о структуре научного знания в дизайне и выделении в нём двух типов теорий: общей и частной. Полагаем, что эта идея может быть положена в основу определения статуса графического дизайна как научной теории. А именно: по отношению к общей теории она выступает в роли частной (специальной) теории. При этом формально общая теория дизайна и теория дизайн-графики отличны друг от друга, так как решают неодинаковые задачи. Но на практике между ними обнаруживается глубо-

кая взаимосвязь, так как общая теория дизайна выступает «алгоритмом проектной деятельности», а частная – обеспечивает принципы и методику проектирования. Поэтому значение исследований в области общей теории дизайна, нельзя переоценить. Модель общей теории дизайна выступает в роли парадигмы, которая позволяет организовывать и проводить исследования в различных областях дизайна, обеспечивая прогресс в многообразных видах дизайн-проектирования. В создавшихся обстоятельствах, полагаем, проектная деятельность в области графического дизайна, может опираться на данную научную традицию. В нашем случае продолжение традиции отечественных исследований в области общей теории дизайна является необходимым условием развития графического дизайна. Благодаря этой преемственности, опираясь на фундаментальные знания, представленные в общей теории дизайна, графический дизайн развивается как особый вид проектной деятельности и социальный проект [5].

Однако прогресс в области графического дизайна зависит не только от фундаментальных идей, но и от эффективного решения практических задач. В этом смысле, как свидетельствует история графического дизайна, общие теоретико-методологические принципы в области проектирования находят преломление в графическом дизайне и обуславливают исследование такого рода проблем: выявление особенностей стиля в графическом дизайне с учётом особенностей проектной ситуации, разработки методик решения проблем прикладного характера и т. п. Практика графического дизайна в современных социально-экономических и культурных условиях задействована на решение задач «соединения» рынка и массового потребления. Другими словами, в современном графическом дизайне на первый план выходит коммуникативная функция, согласно которой, акцент в проектировании визуальных дизайн-объектов делается на предоставление понятной и полезной информации в целях формирования определённой реакции потребителей. Поэтому проблемы визуализации, решаемые современной дизайн-графикой требуют от дизайнера обращения к достижениям не только области дизайна, но и науки на всех ступенях дизайн-проектирования. Первые попытки интеграции научного знания, осуществляемые в XIX веке, были не всегда эффективными. Однако в настоящее время интеграция является важнейшей особенностью современной науки, обеспечивающей комплексный характер решения многих проблем в изучении мира.

Применительно к концепциям в области современного графического дизайна, важно учитывать, что они формируются также в простран-

стве взаимодействия технического, социально-гуманитарного и естественнонаучного знания. Как замечает Б. Мартин, новые стратегии в визуальных коммуникациях возможны на основе применения научных методов [4, с. 7].

Выявим формы интеграции научных идей в дизайн-графику с учётом системной методологии:

заимствование понятийного аппарата и символики других наук. Так, из технических и социально-гуманитарных наук вошли в теоретический арсенал графического дизайна понятия: «информация», «шум», «избыточность», «коммуникация», «сообщение» и т. п.;

построение структуры проектного процесса с использованием идей классических теорий передачи информации, например, И.К. Шеннона и У. Уивера. Она включает следующие ступени в проектном процессе: коммуникатор – сообщение – канал – получатель – последствия;

использование социологических моделей осуществления массовых коммуникаций. Так, например, осуществляется экстраполяция вопросов, представленная в модели изучения массовых коммуникаций Г. Лансвелла. Применительно к графическому дизайну вопросы экстраполируются в таком виде: кто является коммуникатором? Какова роль дизайнера в осуществлении коммуникационного проекта? С какой целью осуществляется дизайн-проект? Какими ресурсами обладает графический дизайнер (профессиональными, техническими, экономическими)? Какое влияние на потребителей оказывают дизайн-продукты? Как обеспечивается обратная связь с потребителями? Как видим, характер вопросов свидетельствует о том, что происходит изменение проблемного поля графического дизайна;

использование качественных и количественных методов естественнонаучных исследований: наблюдение, эксперимент, математического исчисления;

применение методов социально-гуманитарных наук (социологии, маркетинга, психологии, семиотики, этнографии, философии, культурологии, визуальных искусств и др.). К ним можно отнести: использование интервью, наблюдений, анкетирование, фокус-группы, анализ документов и др. Заметим, что данная разновидность методов имеет универсальное значение для графического дизайна, потому что дизайн-графика является частью социально-гуманитарной сферы. Поэтому этим методам принадлежит главная роль в осуществлении эффективных визуальных коммуникаций средствами дизайн-графики.

Заключение

В заключении можно отметить: особенностью графического дизайна в современных условиях является то, что его успешность как вида проектной деятельности, зависит от расширяющегося использования науки на разных ступенях дизайн-проектирования. Проблемы визуализации, решаемые в дизайн-графике требуют от дизайн-мышления соблюдения методов, приёмов, правил. Графический дизайн помогает человеку ощутить насыщенность собственного существования разнообразием возможностей, помогает ощутить обладание собственным богатым воображением.

Дизайн в современном обществе – это одно из условий получения прибыли, поскольку, удовлетворяя самые высокие требования потребителя, он повышает спрос на производимые товары.

References

1. Бизунова, Е. (2004). Дизайн 60-х: поиски концептуальных основ // Генисаретский О.И., Бизунова Е.М. Теоретические и методологические исследования в дизайне – М.: Изд-во Школы Культурной Политики, 2004. 373 с.
2. Гадамер, Г. (2016). Актуальность прекрасного – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akarelova.narod.ru/gadamer.htm> (Дата обращения: 26.08.16).
3. Демшина, А. (2001). Визуализация искусства в ситуации глобализации мира: институциональный аспект: Автореф. ... доктора культурологии: 24.00.01. – СПб, 2011. – 38 с.
4. Мартин Б., Ханнингтон Б. (2014). Универсальные методы дизайна. 100 эффективных решений для наиболее сложных проблем дизайна. – СПб: Питер, 2014. – 208 с
5. Овчинникова, Р. (2015). От общей теории дизайна – к методологии графического дизайна // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики, 2015. № 1 (51): в 2-х ч. Ч. II. С. 121-125.