

НОВА ГРАФІЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СУЧАСНОМУ ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

Графічний дизайн володіє прекрасною властивістю – здатністю до змін. З кожним новим твором він розширює свої межі змінюючи предметну область та ставлення до краси і естетики. Характеристики графічного дизайну можливо розглядати у контексті візуальної культури. Характерною рисою сучасності є бурхливий розвиток комунікативних процесів, що відбуваються не тільки між людьми і групами людей. Комунікація – це і предметне середовище, і навколишнє що зв'язує людей, і допомагає їм взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися. Візуальна комунікація відіграє організаційну, координуючу і регулюючу роль в предметно-просторовому середовищі.

Одна з найважливіших задач дизайну - проектування систем візуальних комунікацій, забезпечення оптимального зв'язку людини із середовищем, чіткого і швидкого сприйняття сенсу предметного оточення і регулювання процесу просторової орієнтації і поведінки. В цьому зв'язку Д. Кроул відзначає: «Візуальна культура, тісно пов'язана з повсякденним життям, є особливістю сучасного суспільства». Графічний (комунікаційний) дизайн – художньо-проектна діяльність, спрямована на створення візуальних об'єктів і систем для вирішення комунікативних завдань матеріального, просторового та цифрового середовища. Пошук нових форм візуальної виразності, відповідно до сучасного складу дизайн-графіки, здійснюється в рамках теоретичних досліджень графічного дизайну.

В історії графічного дизайну на культурно-історичному рівні можна побачити зміну трьох різних типів візуальної культури, яким притаманні різні парадигми світосприйняття. Це класична парадигма, візуально-комунікативна та постмодерністська. Сучасний графічний дизайн розвивається у віртуально-середовищній естетиці де «форма слідує емоції». Ця парадигма звертається до почуття і фантазії, до образної неоднозначності та стильового різноманіття. Несе у собі сенс особливості і естетику відмінності.

Як написав у своїй книзі «Емоційний дизайн» Дональд А. Норман: «Емоції не можна відокремити від мислення. Вони – невіддільна складова мислення. Усе, що ми робимо, усе, про що ми думаємо, пов'язано з емоціями, і переважно на несвідомому рівні. І навпаки, наші емоції змінюються разом із нашими думками. Вони постійно спонукають нас до поведінки, що відповідає ситуації, намагаючись уберегти від лихого й скерувати на добре. Усі ці

вроджені механізми – життєво важлива складова нашого повсякдення, взаємодії з іншими людьми і предметами. Саме тому вони значущі й для дизайну: дизайнери можуть спиратися на розуміння діяльності мозку, щоб розробляти ефективніший дизайн, однак тут немає простого набору правил. Людський мозок – неймовірно складний механізм, і хоча в усіх людей будова тіла та мозку приблизно однакова, індивідуальні відмінності просто величезні».



Рисунок 1 – Ідентичність Droga5 London надихає глядачів на бажання подорожувати Гімалаями на мотоциклі Royal Enfield.

Поява нових технологій які поступово виходять за межі практичної допомоги і стають основою зміни парадигм, що спонукає до новітніх відкриттів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Кроу Д. Культурний перехід від слів до зображень / Лозанна: AVA Publishing SA, 2006. С. 193.
2. Дональд А. Норман Емоційний дизайн / Київ ArtHuss, 2019.
3. Дарлі А. Візуальна цифрова культура. Поверхнева гра та видовище в жанрах нових медіа / NY: Routledge, 2000. С. 225.
4. Барнард М. Мистецтво, дизайн і візуальна культура / NY: Palgrave Macmillan, 1998. С. 214.