

## **ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ**

В статье пойдет речь о месте графического дизайна в контексте визуальной культуры. Нас окружает невероятное количество графических символов, которые в той или иной степени привлекают наше внимание. С этой точки зрения визуальную культуру стоит рассматривать как неотъемлемую часть среды жизни любого человека, находящегося в социуме. Человек вынужден существовать в обширном поле визуальности, воспринимая зрительные образы в процессе своей профессиональной и повседневной деятельности как сознательно, так и бессознательно.

Визуальная культура – это академическое поле исследования, которое обычно включает в себя некоторые комбинации культурологии, философии, истории искусств, антропологии и фокусируется на зрительных образах. На сегодняшний день визуальная культура постепенно начинает выходить на лидирующие позиции.

Гибкость и многогранность поля исследования начинается с ряда объектов, которые включают в себя термин «визуальной культуры», визуальное содержание которых само по себе стремится насытить зрителя, а также «визуальными технологиями», которые помогают увеличить потенциальные зрительные возможности.

Визуальная культура как некая повседневная среда жизни современного человека характеризуется Николасом Мирзоевым в его работе «Как смотреть на мир», следующим образом:

- глобализацией,

- высокой скоростью производства и потребления зрительных продуктов,
- экранностью,
- преобладанием визуальных медиа во всех сферах повседневной жизни,
- ослаблением критического мышления [2].

В процессе восприятия информации на первый план выходит уже не текстовый символ, а зрительный образ. Мировосприятие становится «визуальным», а визуальная культура в результате выступает своего рода феноменом, влияющим на социокультурное развитие как в целом, так и в отдельных областях [1]. Зрительный образ воспитывает, информирует, развлекает, манипулирует поведением и действиями человека. В современном мире зрительный образ – это уже некое средство взаимодействия со зрителем, нежели просто его созерцание.

Огромное влияние на состояние визуальной культуры имеет современное постиндустриальное общество, структура которого также претерпевает изменения. Все меньше ощутимы классовые и социальные различия, научный прогресс все больше овладевает бытом и комфортом людей. Все более усиливающийся ритм и интенсивность жизни также оказывают огромное влияние на состояние общества. Огромное значение приобретает именно массовая культура, основными критериями которой являются легкость, развлекательность, упрощенность и доступность.

Рассматривая визуальную культуру современного общества в целом, можно выделить четкие характерные особенности: преобладание визуальности во всех сферах жизни человека, высокую скорость восприятия зрительных образов за счет лаконичности, универсальности, простоты и стилизации, эффектность и демонстративность, четкую и весомую информационную составляющую, и, как следствие, ослабление критического мышления.

В целях привлечения и удержания внимания зрителя, а соответственно и запоминания, используются различные графические элементы. В основе таких элементов лежит всегда четкий эмоциональный акцент и выверенный смысловой посыл, доходящий порой до эпатажа и вызова. Доминирование простоты и лаконичности изобразительных форм наряду с текстовым и смысловым наполнением является результатом максимальной стилизации сложных форм.

Современная графика приобретает черты броскости, яркости и насыщенности. Цвета подбираются при этом очень грамотно, чтобы не отпугнуть и не вызвать нежелательной эмоциональной реакции. В основе гармоничного колорита графического продукта лежат принципы и основы цветоведения. Наличие четких контрастов позволяет подчеркнуть необходимое и приглушить второстепенное, таким образом усиливая эффект от увиденного; в результате зрительный образ легко запоминается и накладывается на ассоциативный ряд.

Огромное внимание и значение уделяется типографике – характеру и форме подачи шрифтовых блоков. Начертание шрифта, его способ кадрирования и подачи позволяет добиться максимального эффекта и наивысшего эмоционального отклика. Стилевое направление и способ начертания текстовой формы дополняет смысловую картину изображения и акцентирует внимание на характере замысла, а иногда и доминирует над самим изображением.

Необходимо помнить, что при создании продуктов успешного графического дизайна следует учитывать некоторые моменты: культурные традиции аудитории, на которую создается данный продукт и маркетинговые приемы. Сам же графический дизайн весьма тесно связан с рекламной деятельностью. Как правило, любая визуальная реклама осуществляется посредством графического дизайна (афиши, плакаты, листовки, визитки, баннеры, купоны и т.д.).

Графический дизайн – это «визуальный дизайн», в связи с этим его объекты имеют огромное значение в современном мире. Можно утверждать, что современная визуальная культура определяется развитием графического дизайна, который уже сейчас занял устойчивые позиции в современном информационном обществе. Следовательно, обращение к вопросу о специфике визуализации в современной культуре определит характер проектных подходов графического дизайна.

Визуальные явления, или, иначе говоря, визуальная реальность, – это все то, что может быть носителем информации, воспринимаемой благодаря видению. Визуальная реальность, представленная в разные исторические эпохи, не может быть одинаковой, так как обусловлена «эволюцией видения» [3] вследствие исторически меняющихся особенностей культурного освоения мира человеком.

Графический дизайн – художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сферы, способствуя формированию визуального ландшафта современности. Тем не менее, в наши дни можно заметить и проявление дизайна, который абсолютно усложняет или же путает нашу жизнь.

Сложно оценивать дизайн с точки зрения «плохой» и «хороший». На мой взгляд, данные понятия являются абсолютно ложными. Нет плохого или хорошего дизайна. Дизайн может доставлять комфорт, быть удобным и легким. И наоборот, одно дизайнерское решение может намного усложнить жизнь человека.

Таким образом, графический дизайн в контексте современной визуальной культуры остается важной и нужной частью жизни человека. Дизайн помогает проходить адаптацию намного легче, чем это могло бы произойти 100 лет назад. Современный дизайн формирует визуальную культуру нашего времени: от самых мелких деталей до глобальных проблем,

которые решаются самим человеком. Все, что нас окружает, имеет значение: начиная от газеты, что мы читаем утром и заканчивая выбором жилья. Современные дизайнеры стремятся к созданию комфорта во всех его проявлениях. Потребитель, в свою очередь, может лишь принять этот комфорт или отвергнуть его.

### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Габова М. В. Визуальная культура современного общества / М.В. Габова // Человек. Культура. Образование 24 февраля 2017 г./ Т.5. – 11 с.
2. Мирзоев, Николас Как смотреть на мир. — М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019 — 344 с.
3. Розин В.М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. 2-е изд. М.: Едиториал УРСС, 2004. С. 203.

Глушук Е.А., студент 302 группы  
дневной формы обучения

Научный руководитель - Криштапович Л.Е.,  
доктор философских наук, профессор

### СОВРЕМЕННЫЙ СТУДЕНТ УНИВЕРСИТЕТА

#### КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ ПОРТРЕТ

На сегодняшний день система образования переживает изменения так же быстро, как меняется общественное сознание молодежи. Студенты по всему миру имеют как свои отличительные особенности, так и общие черты, выраженные в интересах, темпераменте, характере, жизненных взглядах, политической позиции и социальной роли. Мы решили провести это социологическое исследование (анкетирование) среди студентов очного отделения по различным специальностям Белорусского государственного университета культуры и искусств с целью выявить отличительные признаки современного студента. Анкетирование проводилось в трех формах: в