

## Образование в России и актуальные вопросы современной науки

**Корчиков Павел Сергеевич,**

*магистрант кафедры дизайна, технической и компьютерной графики*

*Кубанский государственный университет,*

*г. Краснодар, Россия;*

**Марченко Марина Николаевна,**

*доц. пед. наук, профессор, зав.кафедрой,*

*кафедры дизайна, технической и компьютерной графики*

*Кубанский государственный университет,*

*г. Краснодар, Россия*

### ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ГУМАНИТАРНОЙ МЕТОДОЛОГИИ

**Аннотация.** Особенность современного состояния графического дизайна состоит в том, что в нём развиты проектировочные решения, но слабее – методологические. Методология графического дизайна в самом широком смысле опирается на принципы гуманитарных наук, которые позволяют выявлять связь исторических стилей с языком современной дизайн-графики.

**Ключевые слова:** графический дизайн, дизайн, дизайн-графика, методология, стиль.

Активное развитие графического дизайна продолжается с конца 19 века. В настоящее время графический дизайн - это явление, объединяющее рынок и культуру, сферу массового потребления и эстетическую среду человека. Сегодня графический дизайн активно развивается. В то же время практика графического дизайна опережает его теоретическое понимание. Неслучайно, что подавляющее большинство публикаций, посвященных графическому дизайну, представлены альбомами иллюстраций оригинальных предметов. В связи с этим научный анализ объектов графического дизайна и методов их проектирования представляется актуальным в контексте теоретического понимания характеристик современного дизайна.

## Образование в России и актуальные вопросы современной науки

Теоретическое исследование объектов дизайна основано, главным образом, на индуктивном подходе и находит трудности, связанные с погружением объектов дизайна и имен дизайнеров в кажущийся хаос. Эта работа технически сложна. Однако при их выполнении их результаты используются в обобщениях и выводах. Как показывает реальный опыт такого рода исследований, индуктивный метод не позволяет нам выходить за пределы частных исследований. Другими словами, абсолютизация индуктивного пути познания противоречит задаче исследования, для которой факты (конкретные объекты дизайна) являются не самоцелью, а материалом для идентификации определенных стилей, таких как графический дизайн.

Теоретическое и практическое изучение графических объектов требует разработки методологии исследования. Изучение графического дизайна должно быть включено в широкий контекст, иначе это будет форма частного исследования. Даже на этапе проектирования возникали вопросы относительно методологии для этого вида деятельности. И это не случайно, потому что первыми дизайнерами были разнообразные исследователи, художники, дизайнеры. Произведения Готфрида Земпера (1803 - 1879) поднимают вопросы о единстве всех форм художественного творчества. Одним из первых методологов проектирования был английский философ Джон Раскин (1819-1900). Он также был талантливым художником-графиком. Питер Беренс (1868-1940), один из основателей современного промышленного дизайна, был представителем одной из художественных школ. Большинство основателей дизайна, придавали большое значение пониманию философских и эстетических вопросов творчества дизайнеров. Теория графического дизайна является относительно самостоятельной отраслью гуманитарных исследований; Ей нужно разработать собственную методологию изучения и проектирования графических объектов. Однако история образования в области графического дизайна свидетельствует о единстве многих стилей дизайна со стилями дизайна в широком смысле этого слова. Многие исследователи утверждают, что в дизайне есть много стилей, равно как и в ис-

## **Образование в России и актуальные вопросы современной науки**

кусстве. В частности, Л. Бхаскаран выделяет 40 стилей дизайна и отмечает, что графический дизайн был талантлив в некоторых стилях. (Автор включает в себя футуризм, дадаизм, конструктивизм и другие).

Итак, мы считаем, что принцип историчности - это особый методологический принцип теории графического дизайна, который позволяет охарактеризовать не только точку зрения автора, но и раскрыть исторические стили графического дизайна. Принцип историчности не ограничивается рассмотрением графического дизайна только в контексте истории дизайна. Другой аспект историчности связан с переходом от языка исторического графического дизайна к языку современной графики. Принцип историчности сегодня определяет единство истории и теории графического дизайна. Достижение этой задачи может быть достигнуто путем обращения к гуманитарному опыту, неотъемлемой частью которого является возникающая теория графического дизайна.

Гуманитарные науки за историю своего развития накопили опыт учета определенных культурных явлений, объяснения и определения их места в истории культуры. Эта линия коммуникации была также характерна для классической эстетики, которая действовала как мировоззрение, определяющее методы классического искусства. В том же духе, который нас интересует, взгляды исследователей интересны, потому что они различаются по различным методологическим причинам, объясняющим древнюю культуру. Хорошо разработанная концепция А. Ф. Лосева опирается на особенности экономической жизни греческого общества. Другой исследователь, Ж.П. Вернан, изучение древней культуры проведено политически. Многомерный характер методологии изучения общекультурных явлений свидетельствует о важности экономики, политики в культуре (хотя она ими не ограничивается).

Это обстоятельство связано с тем, что любая методология не вытекает из нуля и основана на определенных посылах. Таким образом, в области искусства и дизайна несколько стилей могут существовать одновременно. Плюрализм методологических позиций в дизайне очевиден, когда мы пытаемся опре-

## **Образование в России и актуальные вопросы современной науки**

делить характеристики стилистического направления дизайна. В связи с этим возникает необходимость определить, как с социально-исторической точки зрения могут возникать различные концепции дизайна, на которых основаны факторы, на которых основан выбор авторов. В этом смысле вопросы, которые объясняют детерминизм разработки дизайнерской идеи из определенного мировоззрения, приобретают все большее значение. Любая мысль, и мышление дизайнера не является исключением, носит социальный характер, что определяет ее направленность на различные социальные процессы. Томас Кук, современный американский ученый-китч, считает, что изучение этого культурного феномена не должно ограничиваться эстетической структурой, а должно широко изучаться: в историческом и социальном аспектах. Обратите внимание, что, как и во всех областях культуры, социально-историческое измерение графического дизайна основано на определенном социально-историческом процессе, выполняющем определенные социальные функции в обществе.

Социально-исторический аспект имеет важное значение для выявления общей модели графического дизайна в культуре проекта, ее роли в формировании предметно-пространственной среды. Графический дизайн стал особым типом дизайнерского творчества с эпохи Нью Эйдж. Потребность в графических работах возникла давно, с появлением первых журналов и газет. Однако особая динамика развития графического дизайна связана с изменениями в экономической жизни, которые произошли с 19-го века. Развитие торговли, увеличение товарно-денежных отношений в результате индустриализации и механизации способствовали росту спроса на такие графические объекты, как этикетки, бланки, торговые марки и т.д.

Но в целом нас интересуют не сами эти объекты, а стилистические особенности и их основные принципы. Самым естественным ходом для решения этой задачи является попытка определить саму основу дизайна графики. Как показывает история создания и развития графического дизайна, важно учитывать экономические и технические основы этого вида проектной деятельности. Фи-

## **Образование в России и актуальные вопросы современной науки**

Философский анализ этого направления поиска выявляет социологическую связь графического дизайна с духовными рационалистическими тенденциями, характерными для рыночной экономики.

Рационализм как методология и особый вид мировоззрения, разделяемый дизайнерами, основан на рациональной и интеллектуальной природе творчества. Рационализм эпохи рыночных отношений нашел выражение в характеристиках массового производства продукции, в которой качество снижается до количества.

Это означает, что стоимость продукции для потребителя оценивается только с количественной точки зрения в денежном выражении. В повседневной жизни количественная оценка всех продуктов становится непосредственной средой. Конечно, это более характерно для рекламного дизайна во второй половине 20-го века, когда графический дизайн начал вносить вклад в чрезмерную экономию, постоянно вступая в диалог с потребителем. Благодаря такому подходу другие точки зрения, помимо рациональной математической точки зрения, считались неосуществимыми. В дизайне эстетика рационализма нашла выражение в стиле модерн, который в 20-м веке стал ведущим трендом. Рациональные и конструктивные составляющие легли в основу функциональной типографии, представленной в теоретических и практических трудах мастеров Баухауса. Простые геометрические фигуры: круг, квадрат, треугольник - основа современного языка в графическом дизайне. Не случайно его характеризуют как беспристрастный технократический проект. Рационалистический подход модернизма направляет процесс проектирования в соответствии с общими требованиями стиля.

Однако это не исключает использования индивидуальных и уникальных методов проектной деятельности. Анри де Тулуз-Лотрек (1864-1901) - один из первых художников, поднявших жанры плакатов и постеров на небывалую высоту. Хотя он создал 30 плакатов в своей жизни, его все еще называют королем плаката. Параллельно с рационалистическим подходом, который определяет

## **Образование в России и актуальные вопросы современной науки**

стилистику графического дизайна, в гуманитарных знаниях конца 19-го века был сформирован другой подход, согласно которому существуют области знаний и деятельности, которые не поддаются количественной оценке. В этом случае рационалистическое мировоззрение подвергается критике. В иррационализме утверждается, что существуют области мировоззрения, недоступные для ума, которые можно понять через чувства, инстинкты, откровения, веру и т. д.

Философское обоснование новой парадигмы познания представлено в трудах Р. Барта «Мифология». Описывая массовую культуру как систему знаков, он показал, что использование мифов в рекламе привлекает внимание потребителей психологически. При таком понимании мира графический дизайнер нуждается в особой практике для установления отношений с потребителем, когда объекты дизайна во время потребления становятся средством общения.

Таким образом, в философском и эстетическом смысле графика в 19 и 21 веках развивается в парадигмах гуманитарного знания двух эпох: рационалистической и иррациональной. Рационализм "прославляет" технический прогресс. Иррационализм влияет на ценности, чувства и эмоции потребителя. Поэтому рациональность противопоставляется эмоционализму. Постмодернизм находится в центре иррационального подхода, его роль оказалась настолько важной, что современное состояние культуры характеризуется «постмодернистским государством» (Ж.-Ф. Лиотард), признаком кризиса в мире модернизма. В контексте постмодернизма в 1970-х годах оценки использования стиля ар-ньюво в дизайне стали называться «примитивным маркетингом», «маркетинговой смесью», когда роль графического дизайна сводится к простой передаче информации о преимуществах продуктов. Оп-арт, анти-дизайн стали той почвой, на которой возникло постмодернизм в графическом дизайне, когда в дизайне графических объектов стали использовать разные стили и направления. Постмодернизм в графическом дизайне ориентирован на слияние массовой и элитарной культуры. В этом процессе удар часто используется в качестве инструмента для деятельности по проекту. Это позволяет использовать образную

## **Образование в России и актуальные вопросы современной науки**

стилевую ориентацию объектов китча как фактора успешного общения с потребителем.

### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1. Барт, Р. Мифологии / Р. Барт. – М.: Академический проспект, 2008. – 320 с.*
- 2. Бхаскаран, Л. Дизайн и время / Л. Бхаскаран. – М.: АРТ-РОДНИК, 2006. – 256 с.*
- 3. Kulka, T. Kitsch and Art / T. Kulka. The Pennsylvania State University Press, 2002. – 137 p.*
- 4. Маца И. Наука об искусстве [Электронный ресурс]. – URL: [http://enc-dic.com/enc\\_philosophy/Наука-об-iskusstve-6412.htm](http://enc-dic.com/enc_philosophy/Наука-об-iskusstve-6412.htm)*