

ЛЕКЦИЯ 3. ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И СМЫСЛООБРАЗОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Принципы и методы проектирования рекламного образа рождаются на пересечении и взаимодействии двух проектных стратегий: с одной стороны, стратегии развития и совершенствования проектных технологий для решения прагматических задач рекламы, с другой — стратегии творческого развития и обновления профессиональных ценностей и средств дизайна как такового в связи с включением в дизайн нового материала из сферы рекламы.

- **Общественная деятельность в сфере обработки информации привела к развитию так называемого информационного и, в том числе – рекламного дизайна.**
- **Основной задачей проектирования информационного графического дизайна является восприятие информации без (по Рене Декарту) «... излишней траты умственных сил» или, другими словами, представление информации – смысла или содержания графического произведения – в адекватно найденной дизайнером выразительной художественной форме.**

- Художественно-образный язык, которым оперирует графический дизайн модифицируется в зависимости от сферы применения: в полиграфической продукции, в дизайне текстиля или костюма, в промышленном дизайне, телевизионной графике и рекламе и т.д.

- Смыслообразование в графическом дизайне является системообразующим фактором целостной содержательно-формальной изобразительной структуры, цементирующим и объединяющим все её слои.

В 50-х годах 20 века визуальная коммуникация выделилась в самостоятельную область дизайна, целью которой является изучение комплекса проблем взаимодействия системы «человек-среда».

Визуальные коммуникации также являются важным компонентом системы «спрос – потребление – производство» и, в виде рекламы, не только обслуживают рынок, но и формируют его. Графический дизайн, составляющий ядро визуальных коммуникаций, ассимилирует искусство, науку и экономику.

В акте визуальной коммуникации целесообразно выделить следующие понятия:

- - адресант - отправитель сообщения, задающий его содержание
- - адресат - это те слои общества, для которых предназначается информация.
- - визуальный язык - система передачи информации визуальными средствами, в том числе и графическим языком
- - графический язык - система, объединяющая множество единичных сообщений, выполненных средствами графики. Ясность понимания графического языка обусловлена знанием: 1) его структуры; 2) принципов построения смысла – смыслообразования; 3) принципов использования
- - графический знак (пиктографический, иконический или абстрактный) - средство передачи конкретной информации в рамках графического языка
- - знаковая система - система формализованного искусственного языка, состоящая из упорядоченных и подчинённым общим правилам графических знаков (пиктографических, иконических и абстрактных).
- - код - это система знаков, принятая для определённых целей

- **Пиктограммы** – термин происходит от латинского «pictus», что означает «писанный красками», и греческого «grapho», что означает «пишу». Пиктограмма – это рисуночное письмо, или «картинопись» – изображение предметов, событий или действий посредством условных знаков, которые ещё не приобрели устойчивого, постоянного значения. Пиктография – один из видов предписья, который до сих пор существует у народов «колыбельных» цивилизаций.
- **Иконические знаки** – графические знаки, являющиеся копией обозначаемых ими объектов или имеющие с ними частичное сходство.
- **Абстрактные знаки** – графические знаки, в изображении которых отсутствует какое-либо сходство с отображаемыми ими предметами, явлениями, действиями, событиями, а само изображение представлено в крайне упрощённом виде.

Графический дизайн как средство формирования предметно-пространственного окружения.

- Визуально-коммуникативные процессы – это связи по схеме «человек – вещь – человек» и по схеме «человек – ситуация – действие».
- Коммуникативное пространство характеризуется двумя параметрами: коммуникативной дистанцией и плотностью коммуникации.
- Коммуникативная дистанция может быть близкой и далёкой.
- Плотность коммуникации может быть глубокой и поверхностной.

Художественный образ в графическом дизайне.

В теории дизайна проблема художественного образа разделяется на два аспекта:

- проектный образ – образный метод проектирования;
- художественный образ как социально-культурное свойство продукта графического дизайна, рассматриваемое в контексте восприятия и осмысления его потребителем.

Художественный образ произведений графического дизайна является функцией проектного мышления, включающего две точки зрения: проекцию точки зрения дизайнера и проекцию точки зрения потребителя.