

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ИСКУССТВ И КУЛЬТУРЫ**

ЭТЮДЫ КУЛЬТУРЫ

**Материалы научно-практической конференции
молодых ученых, аспирантов и студентов**

Томск, 29 апреля 2011 г.

**Томск
2011**

числе русской традиционной и западной интернациональной. Поэтому проблема, связанная с сохранением самобытности и художественно-образной составляющей проектируемых образцов отечественного дизайна, остается нерешенной.

Процесс восприятия и интерпретации символов, кодов разнородных культур и знаковых систем возможен. Для этого необходимо принять во внимание особенности художественных образов традиционных культур, формировать их в процессе трансформации инокультурного графического материала.

Источники

1. Лотман Ю М Семиосфера. СПб , 2000. 704 с.
2. Горюнов К И Художественный образ и его историческая жизнь М.: Искусство, 1970. 519 с.
3. Громов Е С Природа художественного творчества. М.: Просвещение, 1986. 239 с
4. Казин А Л Художественный образ и реальность. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1985. 120 с.
5. Храпченко М В Природа эстетического знака // Семиотика и художественное творчество: Сб. статей М , 1977 С 7–48.
6. Гачев Г Д Творчество, жизнь, искусство. М., 1980. 143 с.
7. Лихачев Д С Великая Европа культур // Наше наследие 1996 № 6. С 8–11.

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН КАК СРЕДСТВО КОНСТРУИРОВАНИЯ МИРА

М.Н. Долгих

ГОУ ВПО «Томский государственный университет»

В настоящее время окружающий мир быстро меняется и с ним меняется дизайн: происходит разделение специализаций в сфере дизайна: ландшафтный дизайн, дизайн интерьера, дизайн графический и др. Работа дизайнера становится все более сложной, предполагающей привлечение различных специалистов для успешного выполнения проекта.

Актуальность приобретает проблема выявления сущностных характеристик различных видов дизайна, их особенностей, выразительных средств, функций. Для нас важным является определение особенностей графического дизайна, его роли и звучания, его влияния на природу а человека.

«Отцом» термина «графический дизайн» является Уильям Эдисон Давиттис – успешный американский дизайнер, создававший рекламные продукты в виде плакатов, брошюр, рекламных объявлений в газетах и прочих периодических изданиях. Этот термин появился в 1933 г. [1. С. 10]. Истоки графического дизайна лежат в далеком прошлом. Графический дизайн является частью языка, он, возможно, самый древний язык человечества. Элис Тузмлоу считает, что первые наскальные рисунки были еще не искусством, вдохновленным музой, а функциональными ритуальными изображениями. Их функция состояла в том, чтобы наколдовать удачную охоту. Поэтому они не сохранялись, а замазывались новыми рисунками к следующей охоте. Но изящное искусство и связанные с ним дисциплины выросли из языка графического дизайна [2. С. 62].

Графический дизайн – это образный язык, знание которого начинается с развития более тонкого восприятия окружающих предметов. Это способность видеть не только то, что есть на самом деле. Так, художник Анри Матисс сказал, что когда он ел помидор, то просто видел его. И добавил, что когда он рисовал помидор, то смотрел на него другими глазами. Дизайнер стоит на трех китах: форма, цвет и идея. Эти элементы и составляют язык дизайна. Когда идея и выбранные формы и цвета соединяются воедино, вероятность того, что дизайнер достигнет цели, весьма велика [3. С. 8–9].

Графический дизайн – это вид языка, который служит для общения. Коммуникативная функция графического дизайна проявляется в том, что он формирует нормы и правила коммуникации, определяет знаковые средства общения (системы ориентирования, веб-дизайн и др.). Шон Вольф утверждает, что с помощью знаков, сигналов и кодов графический дизайн позволяет связать наше безумное разрозненное общество [2. С. 6, 12].

Среди функций графического дизайна наряду с коммуникативной можно выделить конструирующую функцию. Квентин Ньюарк считает, что без дизайнерского процесса конструирования предметного мира и его составляющих – структуры и организации, слова и образа, дифференцирования предметов и понятий – единственным средством передачи информации для нас останется устная речь [1. С. 6]. Можно утверждать, что в настоящее время наряду с устной речью графический дизайн играет решающую роль в формировании мировосприятия, мироотношения, мировоззрения общества.

Рассматривая процесс функционирования культуры, Ю.А. Трофимова обозначает как сущностную черту культуры конструирование. Процесс конструирования она определяет как изменение изначального состояния

природы или человека и рассматривает, как функции культуры конструируют природу и человека.

Мы считаем, так как графический дизайн является частью культуры, функции культуры можно спроецировать на графический дизайн. Рассмотрим, вслед за Ю.А. Трофимовой, функции культуры применительно к графическому дизайну и конструирующую роль графического дизайна.

Графический дизайн создает продукты, которых не существовало в природе, такие как социальный плакат, книги, веб-сайты, знаковые системы ориентирования [4. С. 77].

Значимым направлением графического дизайна является социальный плакат. Социальная реклама – это реклама не конкретного товара, а некоторого «отношения к миру». Оно может проявиться только в долгосрочной перспективе. Основным источником появления социальной рекламы является общественная жизнь, которая изобилует конфликтными ситуациями и противостоянием на уровне социальных групп и поэтому остро нуждается в созидательных стимулах и процессах. Социальная реклама – важная составляющая мировоззрения и нравственного здоровья общества.

Плакат как средство социальной рекламы широко распространен во всем мире. Цель социального плаката – привлечь внимание людей к конкретным проблемам, а в долгосрочной перспективе – выработать новые социальные ценности. В обществе существуют проблемы, решение которых зависит от массового поведения. Социальный плакат формирует образ общественно одобряемого и неодобряемого действия или мнения. Сверхзадача такого обращения к массам – это участие людей в решении проблемы.

Обозначим основную тематику социальных плакатов:

- безопасность жизнедеятельности города/в городе (экология города, профилактика преступности, дорожно-транспортные проблемы, развитие городской инфраструктуры, проблемы бездомных и беженцев, борьба с мусором и т.д.);
- проблемы достижения равных прав и социальных гарантий (права женщины, пожилых людей, профилактика семейного насилия, толерантное отношение к инвалидам, развитие системы социального страхования от экологических рисков и т.д.);
- экологические проблемы (радиационная, химическая безопасность, пропаганда идей рационального природопользования и т.д.);
- тенденции развития общества (образование, перемены в обществе, бизнес, финансы, страхование, здравоохранение, выплата налогов, планирование семьи, молодежь XXI в. и общечеловеческие ценности и т.д.).

Таким образом, графический дизайн формирует культурные нормы, которые регулируют поведение и деятельность людей и социальных групп. Нормы поведения и деятельности транслируются через социальный плакат, который несет большое воспитательное значение, влияет на морально-нравственную составляющую общества (воспитывает экологическое сознание, патриотизм, уважительное отношение к старшим, эстетическое отношение к действительности и т.д.), формирует позиции гражданской ответственности, транслирует ценности, привлекает граждан к участию в социальной жизни, что приводит к гуманизации общества. Культовая фигура американского дизайна Филипп Старк сказал: «Дизайнер может и должен участвовать в поиске смысла, в конструировании цивилизованного мира» [5].

Одно из направлений графического дизайна – книжный дизайн. Книга – один из видов печатной продукции. непериодическое издание, состоящее из сброшюрованных бумажных листов или тетрадей, на которых нанесена типографским или рукописным способом текстовая и графическая информация, в также иллюстрации, имеющее объём более 48 страниц и, как правило, твёрдый переплёт.

Даже в современных динамичных условиях книги имеют гораздо более долгую жизнь, чем большинство других видов полиграфической продукции (ведь не зря книжный дизайн считается наиболее консервативным). Хорошо оформленная книга должна выглядеть привлекательно не только сразу после выхода тиража, но и через пять, десять, а то и через несколько десятков лет. Следует заметить, что каждый вид книжной продукции рассчитан на свой срок использования – художественные произведения могут сохранять привлекательность десятилетиями, в то время как многие аиды справочной, учебной и специальной литературы быстро устаревают и теряют актуальность. В условиях современного динамичного рынка и все большей специализации четко определилась тенденция к увеличению ассортимента книжной продукции при одновременном сокращении тиражей.

Книга представляет собой, прежде всего, авторскую рукопись, которая является цельным и законченным произведением. Можно сказать, что главным для книги является ее содержание, а оформление и дизайн служат для того, чтобы придать ей выразительность, сделать книгу максимально удобной и привлекательной для читателя. Как говорил Сэмюэл Антупит, художественный редактор знаменитого издательства Hengy N. Abrams, специализирующегося на книгах по искусству, «оформление

книги, как из источника, рождается из содержания текста. Не бывает predetermined решений».

Стиль дизайна в значительной степени зависит также от целевой аудитории издания. Книжный дизайн, как и любой графический дизайн, можно рассматривать с позиций двух основных подходов. Один из них можно было бы назвать «прозрачным» – это дизайн, который, так сказать, себя не навязывает. Его задача – свести к минимуму прилагаемые при чтении книги усилия. Такой дизайн характерен для справочной, технической и научной литературы, где содержание доминирует над оформлением.

Другой подход ориентирован на создание у читателя определенного настроения при помощи визуального воздействия. Дизайнер как бы выстраивает для читателя сцену, усиливая и подчеркивая содержание книги. Ярким примером подобного подхода могут служить детские книги, иллюстрированные энциклопедии, тематические издания. Дизайн таких изданий тесно переплетается с их содержанием [6. С. 540–541].

Развитие книжной продукции способствует накоплению, хранению, распространению информации (научное знание, художественная литература), что закономерно приводит к развитию как искусства, так и науки и способствует общественному прогрессу.

Американский писатель Джон Апдайк сказал, что книжный дизайн в идеале должен обеспечивать диалог между автором и читателем. Книга, сделанная с профессионализмом и воображением, может превратиться из утилитарного инструмента в сокровище, переживущее века.

Широкое распространение компьютерных сетей Internet привело к появлению и активному развитию особого раздела графического дизайна – веб-дизайна. Веб-дизайн – отрасль веб-разработки и разновидность дизайна, в задачи которой входит проектирование пользовательских веб-интерфейсов для сайтов или веб-приложений. Веб-дизайнеры проектируют логическую структуру веб-страниц, продумывают наиболее удобные решения подачи информации, а также занимаются художественным оформлением веб-проекта. В результате пересечения двух отраслей человеческой деятельности грамотный веб-дизайнер должен быть знаком с последними веб-технологиями и обладать соответствующими художественными качествами.

Веб-дизайн есть вид графического дизайна, направленный на разработку и оформление объектов информационной среды Интернета, призванный обеспечить им высокие потребительские свойства и эстетические качества. Подобная трактовка отделяет веб-дизайн от веб-про-

граммирования, подчеркивает специфику предметной деятельности веб-дизайнера, позиционирует веб-дизайн как вид графического дизайна.

Веб-дизайн способствует установлению межкультурных коммуникаций, знакомству с культурами разных людей, городов, стран, времен, не выходя из дома, что приводит к культурному обогащению и развитию социума [7]. В настоящее время активно эволюционирует один из видов графического дизайна – дизайн знаков ориентирования. Знаки-ориентеры устанавливаются для ориентации человека в новых для него ситуациях. С развитием мирового туризма и увеличением иммиграционного потока здания должны удовлетворять потребностям разных языковых групп. Это требует графики и вывесок, которые должны быть понятны практически для любой языковой группы, что достигается с помощью символов, употребления цифр, знаков и текстов на нескольких языках. Это особенно востребовано в здравоохранительных учреждениях и транспортных системах. То есть тех местах, где наблюдается наибольшее скопление людей из разных стран. В таких случаях практикуется разделение пространства на несколько простых частей, например в аэропорту используются цифры для обозначения терминалов, а в больницах и поликлиниках – соответствующие символы [8. С. 23].

В результате глобализации происходит унификация объектов графического дизайна. В связи с увеличением потока туристов различных языковых групп возникает потребность в унификации знаков ориентирования, что приводит к потере индивидуальности и уникальности крупных аэропортов, супермаркетов, медицинских учреждений.

Опасность того, что дизайн становится слишком интернациональным и адаптивным, состоит в том, что он делается бледным и теряет специфичность, указывающую на принадлежность к определенному месту. Поэтому задача графического дизайнера – создание систем ориентирования, с одной стороны, понятных для людей различных языковых групп, но, с другой стороны, имеющих индивидуальный стиль, учитывающих особенности местной культуры. Рудн Вандерланс, совладелец, издатель и редактор журнала «Emigre», пишет: «Мне нравится, когда человек носит на рукаве отпечаток своей среды» [2. С. 15].

Знаки сопровождают человечество на протяжении всей его истории. Они зародились значительно раньше письменности и послужили основой для ее формирования. И по сей день именно язык знаков продолжает оставаться наиболее понятным и доступным, требующим предельной сжатости изложения и скорости восприятия [6. С. 256].

Знаки ориентирования претерпевают изменения вследствие развития экономической, политической, социальной и культурной сфер при участии графических дизайнеров и других специалистов, занимающихся вопросами проектирования окружающего пространства и создания гуманистической среды обитания человека. Внедрение в окружающую среду знаковых систем ориентирования способствует установлению, укреплению межкультурных коммуникаций, облегчает понимание между различными языковыми группами.

Таким образом, проявляется конструирование мира средствами графического дизайна: графический дизайн создает среду обитания человека (в виде материальных вещей), которые дополняют естественную реальность артефактами. Веб-дизайн, знаки ориентирования, полиграфическая продукция, книги создают, во-первых, материальные объекты, не существовавшие ранее и, во-вторых, знаковую систему.

Конструирование проявляется также и в отношении человека: с момента рождения человек попадает в определенную культурную среду, окружен продуктами графического дизайна, использующими знаковые системы как средства коммуникации. Для того чтобы пользоваться этими средствами коммуникации, человек должен освоить определенную систему знаний, понятий. В настоящее время, в эпоху глобализации, значимым становится освоение знаковых систем графического дизайна не только родной культуры, но и культур других народов [4. С. 77]. Человеку необходимо освоить технические средства, а также знаковые системы, в которых хранится информация. Графический дизайн также формирует культурные нормы, которые регулируют поведение и деятельность людей и социальных групп. Нормы поведения и деятельности могут транслироваться через социальный плакат, а нормы корпоративной культуры – через фирменный стиль. В целом можно утверждать, что графический дизайн играет немаловажную роль в процессе преобразования и конструирования мира.

Источники

1. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / Пер. с англ. И.В. Паалова. М.: АСТ: Астрель, 2005. 256 с.
2. Тузмау Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Пер. с англ. К. Крутских. М.: АСТ: Астрель, 2006. 256 с.
3. Дзбнер Д. Школа графического дизайна / Пер. с англ. В.Е. Бельченко. М.: РИПОЛ классик, 2007. 192 с.

4. *Трофимова Ю.А.* Проявление процесса конструирования в функционировании культуры // Культура как предмет междисциплинарных исследований. Матер II Междунар науч. конф. / Под ред. В.Е. Буденковой, Т.А. Зайцевой, Ю.В. Петрова, Е.Н. Савельевой. Томск: Изд-во НТЛ, 2010. 536 с.
5. *Парменцева Н.* Социальная реклама. Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Vuks/Psihol/Article/parah_voc.php
6. *Кнабе Г.А.* Энциклопедия дизайнера печатной продукции. Профессиональная работа. М.: Вильямс, 2006. 736 с
7. *Википедия* – свободная энциклопедия. Режим доступа. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Web-design>
8. *Крэйг М. Бергер.* Путеводные знаки. Дизайн графических систем навигации. М.: РИП-холдинг, 2006. 176 с.

РОЛЬ И МЕСТО КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЕ

И.А. Щемеров

ГОУ ВПО «Томский государственный университет»

Интерес к проблеме определения роли компьютерных игр сегодня обусловлен неоднозначным к ним отношением в современном обществе. Необходимо обозначить их место и роль в контексте современной культуры.

Понятие «культура» означает возделывание, земледелье, воспитание, почитание и происходит от лат. *cultura* – область человеческой деятельности, связанная с самовыражением (культ, подражание) человека, проявлением его субъективности, характера, навыков, умения и знаний. Именно поэтому всякая культура имеет дополнительные характеристики, потому что связана как с творчеством человека, так и повседневной практикой, коммуникацией, отражением, обобщением и его повседневной жизнью. Наиболее часто различают культуры в периодах изменчивости доминантных маркеров: периодов и эпох, способов производства, товарно-денежных и производственных отношений, политических систем правления, персоналий сфер влияния [1].

«Современная культура, конечно же, во многом аудиовизуальная, у нее свои языки, свои формы передачи информации» (Николай Усков) [2].

Многие европейские философы и культурологи усматривают источник культуры в способности человека к игровой деятельности. Игра в этом смысле оказывается предпосылкой происхождения культуры. Раз-