

- объемные шрифтовые композиции с блеском, градиентами или тяжелыми тенями для всплывающего эффекта;
- контраст текстур.

Немаловажную роль в формировании трендов в дизайне играет временной контекст. Каждой эпохе присущи свои атрибуты стиля. Тенденции носят циклический характер и возвращаются в общественное сознание в среднем каждые 30 лет. Однако тенденции не принимают форму идеального, с точностью до эпохи воспроизведения образа предыдущей эпохи. Тенденции определяют современную эстетику, влияют на выбор дизайна в больших и малых масштабах и вдохновляют на создание новых ремиксов и гибридов с более современными стилями.

Заключение. «Кислотная графика» – узнаваемый образ периода начала 2000-х. Y2K – результат сочетания ранней эры Интернета (и связанных с ним технологий) с устремленностью в будущее на рубеже тысячелетий. Большая часть эстетики Y2K опирается на использование технологий и футуристических образов. Самое интересное в Y2K – это его оптимистичный, неироничный и фантастический внешний вид. Сегодня дизайнеры переделывают этот внешний вид, чтобы создать свой собственный стиль, привнося свежесть, игривую энергию в свои проекты.

МИНЕРАЛЫ КАК ИСТОЧНИК ВДОХНОВЕНИЯ В РАБОТЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНЕРА

Клюковская Н.А.,

*магистрантка 1 курса Новгородского государственного университета
имени Ярослава Мудрого, г. Великий Новгород, Российская Федерация*

Научный руководитель – Анфимова Е.Б., канд. пед. наук, доцент

Важнейшей задачей современного графического дизайна является проектирование уникальных продуктов, для создания которых в качестве источника творчества на этапе эскизирования изучаются разнообразные природные объекты и явления, в том числе и завораживающая красота камней.

Цель исследования – проанализировать варианты применения природных свойств минералов в процессе поиска дизайнерских идей.

Материалы и методы. Материалом для статьи послужили исследования и публикации отечественных и зарубежных ученых, посвященные изучаемой проблеме. В основе статьи лежит описательно-аналитический метод исследования.

Результаты и их обсуждение. Структуру, химические и физические свойства минералов, а также их внешний вид, символику, и даже воздействие на человека изучают многие науки. В тесном взаимодействии с ними развивается и графический дизайн. Изучение форм неживой природы дает отправной материал в проектировании, снабжает примерами выразительных пропорций, ритма, симметрии, пластики, помогает гармонизировать функциональную и эстетическую стороны проекта. Работа дизайнера строится на выполнении подробных зарисовок минерала, его структуры, графическом анализе путем выявления и фиксации формообразующих линий, поиске характерных уникальных черт и существенных закономерностей, на основе вычленения которых затем разрабатывается объект дизайна.

Использование природных форм и структур в дизайнерском проектировании на сегодняшний день достаточно традиционно, однако эта методология практически неисчерпаема, что делает ее эффективной и в современном графическом дизайне, заметным трендом которого в 2022 году остается голография, градиенты и паттерны, напоминающие рисунок минералов [2].

Использование природы минералов в графическом дизайне. Уникальный цвет, форма и текстура минералов, переработанные методами дизайна, могут быть использованы в качестве отправной точки для создания иконок, шрифтов, логотипов, афиш, упаковок и многих других графических продуктов.

Многие минералы образуют на спиле текстуру, создающую эффект глубины и объема. Живописная и узнаваемая текстура мрамора различных пород является классической и наиболее распространенной в искусстве, архитектуре, интерьере, в промышленном дизайне бытовых предметов, также часто она используется и в графическом дизайне. Рисунок мрамора используют для оформления афиш, сертификатов, визитных карт, каталогов, этикеток, обложек книг и канцтоваров. Мрамор используют тогда, когда стоит обратить внимание на статусность товара, принадлежность его к своеобразной «классике», либо при желании создать впечатление надежности, классического стиля, проверенного временем. Традиционность самого камня в искусстве привносит в дизайн с его изображением строгость, некоторую академичность. Но разнообразие цветов мрамора, рисунка и фактур не позволяет дизайну быть банальным [1].

Графические эффекты, образуемые на поверхности камней, являются отправной точкой для создания приемов декорирования поверхностей, например, марблинг (мрамирование) – нерастворимые краски вводят в специальный раствор, на поверхности которого образуется узор, который затем переносят на бумагу или иные носители. Так, дизайнером Raiane Giroto эту техника использовалась для создания упаковки бразильской марки шоколада ручной работы Bendito Choco, различной по внешнему виду для каждого сорта шоколада, но единой по стилю за счет визуального подобия декора. Такое графическое решение не является прямым копированием текстуры минерала, отличается фантазийными сочетаниями цветов и многообразием получаемых узоров, дает простор для творчества дизайнера.

Модели кристаллических структур минералов также могут быть использованы для создания, например, графического или промышленного дизайна (часы с шарами Джорджа Нельсона). Это применимо в случае, когда необходимо подчеркнуть идею структурированности, логичности, математической точности, взаимосвязанности как свойства оформляемого продукта или концепта. Так, форма бриллианта используется в логотипе компании Double Diamond, созданном Британским советом по дизайну (British Design Council). Двойной ромбовидный пляжный домик Эндрю Геллара в Нью-Йорке, Принстон, созданный в 2013 году, повторяет ту же форму и символику. Типы огранки драгоценных камней часто применяются дизайнерами, желающими акцентировать внимание на ценности, статусности, уникальности продукта, либо, напротив, создать постмодернистскую игру смысловых акцентов. В логотипе Mitsubishi Motors три стилизованных бриллианта означают ценности: целостность, успех и надежность. А бренд Diamond Supply Co известен своей уличной одеждой в том числе благодаря говорящему названию и изображению бриллианта на логотипе.

Стоит обратить внимание и на форму естественного роста кристалла – пирамиду. Если начать анализировать рынок, то можно наткнуться на огромное количество компаний, которые используют такую форму в своих логотипах, в упаковках, в названиях и концепциях фирменного стиля. Например, такие компании, как Armstrong Communication, Epcos, Delta Cafes, Mitsubishi Motors, Газпром, Авиакомпания Delta и многие другие имеют логотипы в форме пирамиды несмотря на то, что сегодня трудно считать этот образ свежим. Пару лет назад в графическом дизайне ярко прозвучали паттерны, создаваемые для оформления видеозаставок, интернет ресурсов, полиграфии, построенные по принципу полигональных структур, моделирующих поверхность минералов. Родство с формой кристалла можно усмотреть в распространенных в инфографике «пирамидальных диаграммах».

Цвета минералов, выходящих на поверхность в виде удивительно живописных скал, цветных песков (Шамарель и др.), иных ландшафтных структур позволяют графическим дизайнерам использовать природные цветовые сочетания для создания в своих проектах гармонических цветовых палитр. Так, цвет драгоценного камня после огранки будет отличаться от цвета исходника. Используя свои наблюдения, дизайнеры показывают в своих работах эффект преобразования товара или услуги [3].

Заключение. Природа минералов – это неисчерпаемый источник вдохновения для графического дизайнера, применимый как для поиска образно-ассоциативных, концептуальных решений, так для практической разработки плоскостных композиций, голографических, визуальных эффектов, объемных форм и структур, для решения прикладных задач широкого круга даже самых требовательных клиентов.

1. Концепт упаковки шоколада Bendito Choco [Электронный ресурс]: Код доступа: <https://awdee.ru/kontsept-upakovki-shokolada-bendito-choco>, яз. рус. Дата обращения: 20.03.23.

2. Тренды графического дизайна 2022 года [Электронный ресурс]: Код доступа: <https://mind-expert.ru/articles/trendy-graficheskogo-dizajna-2022>, яз. рус. Дата обращения: 20.03.23.

3. Гилл, М. Гармония цвета / Марта Гилл. – Москва: Издательство Астрель, 2006. – 108 с.

РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ВИЗУАЛЬНОГО ОБРАЗА МОСКВЫ

Ковин А.Е.,

магистрант 2 курса МГПУ, г. Москва, Российская Федерация

Научный руководитель – Пучкова Н.Н., канд. пед. наук, доцент

Цель исследования – определить основные факторы, формирующие облик современного крупного города, описать изменения его визуального образа в связи с экономическими, историческими и социокультурными процессами, оценить характер воздействия информационной среды на современного человека. Актуальность исследования обуславливается высоким уровнем информационного шума в визуальной среде больших городов, в частности – города Москвы.

Материал и методы. Материалом данного исследования послужила информационная база Интернет-ресурса и литературные источники по изучаемой проблеме. В работе были использованы методы систематизации и сравнительно-сопоставительного анализа.

Результаты и их обсуждение. В.Л. Глазычев в своих трудах отмечает, что наиболее сильное влияние на формирование визуального образа города оказывают архитектура и дизайн, выступая концентрированным выражением эстетики, именно им отведена ведущая роль в социокультурной трансформации города [2]. Особое место в ряду различных видов дизайна занимает коммуникативный дизайн. Через систему наружных коммуникаций он образует информационное поле, в котором ежедневно находится человек. Взаимодействуя с архитектурой, наружные коммуникации выстраивают определённый средовой контекст, от которого напрямую зависит самоощущение человека в городе [1].

Москва не застраивалась быстро и одновременно, поэтому отражает стилистические тенденции разных эпох. Путём ретроспективного анализа можно определить, какие именно веяния мировой культуры наиболее ярко прослеживаются в визуальном образе столицы. С 1820-х гг. Москва развивается под сильным влиянием европейских традиций – как в градостроительстве, так и в наружном оформлении. Вслед за классицистическими зданиями, доходными домами и особняками в стиле модерн Москва также перенимает у Европы опыт в формировании информационной среды. Широкое распространение получают фасадные шрифтовые композиции, кованые консольные вывески, афишные тумбы. Так, дореволюционный образ Москвы формируется анало-