

3. *Проектирование с учетом жизненного цикла.* Экодизайнеры учитывают жизненный цикл продукта при его создании, начиная от выбора материалов и производства до эксплуатации, ремонта и утилизации. Они стремятся создавать продукты с минимальным негативным воздействием на окружающую среду.

4. *Инновационные подходы.* Экодизайнеры часто применяют инновационные подходы к дизайну, такие как использование новых технологий, методов переработки материалов и альтернативных источников энергии. Они поощряют эксперименты и поиск новых решений для создания более устойчивых продуктов.

5. *Образование и просвещение.* Экодизайнеры активно работают над образованием и просвещением общества в области устойчивого дизайна. Они делятся своим опытом, знаниями и лучшими практиками, чтобы вдохновить других на изменения в повседневной жизни и потребительских привычках.

Заключение. В результате проведенного исследования необходимо отметить, что экологические аспекты играют ключевую роль в деятельности современного дизайнера. Многие дизайнеры признали необходимость использования натуральных материалов и способов работы с ним в своей практике, чтобы снизить негативное воздействие на окружающую среду. Это отражает общее стремление к более ответственному подходу при создании устойчивого дизайнерского продукта. А вышеперечисленные принципы помогают экодизайнерам создавать продукты и системы, которые учитывают экологические аспекты на всех этапах жизненного цикла, начиная от добычи ресурсов до утилизации отходов, и способствуют переходу к более устойчивому, ответственному подходу к дизайну и производству.

1. Панкина, М.В. Экологический дизайн: учебное пособие/ М.В.Панкина, С.В. Захарова. – Бийск: Издательский дом "Бия", 2011.- 188 с.

2. Браунгарт, М. От колыбели до колыбели. Меняем подход к тому, как мы создаем вещи / М. Браунгарт. – М. МакДонах: Издательство "Ад Маргинем", 2021.-208 с.

ВЛИЯНИЕ ШРИФТА НА ВОСПРИЯТИЕ ИНФОРМАЦИИ В ДИЗАЙНЕ

Полуянова Д.Г.,

студентка 4 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Горолевич Т.В., ст. преподаватель

Различные исследования доказывают, что шрифт может оказывать большое влияние на настроение человека, который его читает. В сфере рекламы типографика помогает определить целевую аудиторию, привлечь внимание клиентов и донести смысл не только словесно, но и с помощью форм. Также шрифт важен для компаний, так как он напрямую влияет на узнаваемость бренда, подчеркивая стилистику фирмы.

Без текстовых и графических элементов, без шрифтов и символов современный дизайн не имеет смысла. Текст должен быть понятен и легко читаться, а информация должна быть размещена таким образом, чтобы любой человек мог легко в ней ориентироваться и находить необходимые знания.

Целью данной работы является анализ психологического воздействия шрифтов, их читабельность и функциональность, а также их особенности и влияние на восприятие информации человеком.

Материал и методы. Материалами для исследования послужили научные материалы отечественных и зарубежных исследователей. В работе использовались методы синтеза и сравнительного анализа.

Результаты и их обсуждение. Основная задача типографики – передача содержания сообщения, его точная визуализация. Чтобы его осуществить, необходимо чувствовать динамику текста, понимать его логику, структуру, ритм [1].

Шрифт – это важный элемент дизайна. Он является главным, если не основным, помощником в формировании стиля и влияет на восприятие информации. Шрифты имеют огромное значение в визуальном дизайне искусства. Они не только формируют внешний вид текста, но и способны передать эмоции и передвинуть акценты на ключевые идеи. Дизайн шрифтов тщательно подбирается с учетом контекста, цели и целевой аудитории каждого проекта. Искусство шрифтового дизайна требует внимания к деталям и понимания контекста, чтобы создать инновационные и эффективные дизайнерские решения, которые помогут создать оригинальный и запоминающийся визуальный язык [2].

Для того, чтобы правильно подбирать шрифт к различным проектам, необходимо изучить особенности и эмоциональные характеристики того или иного шрифта, так как типографика способна подчеркивать стиль, настроение и основные идеи дизайна.

При выборе шрифта необходимо учитывать контекст и цель дизайна. Обычные «серифные» шрифты могут быть подходящими для формальных и официальных проектов, таких как деловые документы или академические работы. Они ассоциируются с традициями, стабильностью и элегантностью. В то же время, беззасечные и нестандартные шрифты могут использоваться для создания более креативных и оригинальных дизайнов. Важно также учитывать читабельность шрифта на различных носителях и в разных размерах. Хорошо разработанный шрифт будет читаемым и понятным даже при маленьком размере или низком разрешении.

Также важным фактором при выборе шрифта является гармоничное сочетание его с другими элементами дизайна, например, с цветом, композицией, изображениями и прочим. Он должен дополнять и усиливать общую концепцию проекта, а не отвлекать внимание.

Для того чтобы избежать путаницы и визуального беспорядка, количество шрифтов в проекте ограничивается двумя, максимум тремя. 2-3 правильно подобранных, гармоничных шрифта способны подчеркнуть уникальность проекта и разнообразить визуальный язык [3].

Комбинирование различных шрифтов может создать интересные эффекты и добавить глубину и выразительность дизайну. Однако важно не забывать об общей гармонии и согласованности [2].

В конечном счете, выбор шрифта в дизайне – это искусство, требующее опыта, чувства стиля и хорошего вкуса. Шрифт может вдохновлять, вызывать эмоции и усиливать впечатление от дизайна, поэтому его выбор следует тщательно обдумывать и тестировать на протяжении всего процесса дизайна.

Говоря о психологии восприятия шрифта, важным аспектом является легкость чтения. Шрифты с удобной дизайном и четкими границами букв облегчают работу глазам и мозгу, что способствует более быстрому и эффективному восприятию информации. Такие шрифты, например, Arial или Times New Roman, широко используются в печатных изданиях и на веб-сайтах.

Необходимо отметить, что каждый шрифт влияет на человека по-разному, доставляя различные эмоции. Исследования показывают, что тип шрифта может вызывать резонанс в наших чувствах и ассоциации. Например, шрифт Comic Sans (рисунок 1) часто ассоциируется с детством, игривостью и юмором, в то время как шрифт Helvetica (рисунок 2) считается нейтральным и профессиональным. Helvetica – самый популярный шрифт у крупных компаний, его используют такие представители как Saint Laurent, Comme des Garçons, H&M, colette.

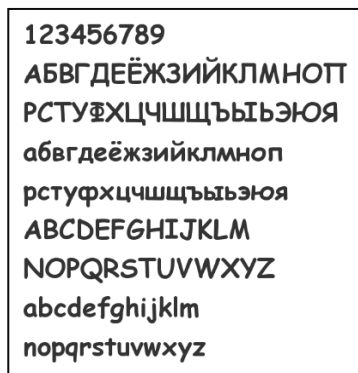


Рисунок 1 – шрифт Comic Sans



Рисунок 2 – шрифт Helvetica

Кроме того, свойства шрифта, такие как размер, кегль, жирность и наклонность могут воздействовать на наше читательское восприятие. Например, шрифты с большим размером и выделенными заглавными буквами могут акцентировать внимание читателя на определенных словах или фразах.

Для создания правильного настроения необходимо учитывать важный аспект шрифтового восприятия: соответствие между шрифтом и контекстом, в котором он используется. Научные исследования часто требуют применения официальных и строгих шрифтов для подчеркивания достоверности и авторитета информации. В контрасте с этим, в оформлении детских книг и игровых приложений предпочтительно использовать более игривые и фантазийные шрифты, чтобы создать атмосферу, соответствующую целевой аудитории.

В свою очередь, использование жирного шрифта может указывать на силу и важность сообщаемой информации, вызывая у читателя ощущение уверенности и внимания. К примеру логотипы Sony, Витязь, Горизонт выполнены из жирного шрифта, что указывает на значимость данных компаний и ассоциируется со стабильностью и стремлением к успеху (рисунок 3). Тонкий шрифт, напротив, может создавать впечатление легкости и непринужденности, что подходит для компаний, позиционирующих себя как утонченных и нацеленных на создание спокойной и дружественной атмосферы (рисунок 4).



Рисунок 3 – лого с жирным шрифтом



Рисунок 4 – лого с тонким шрифтом

Курсивный шрифт может использоваться для выделения определенных слов или фраз, а также для передачи эмоций, таких как удивление или сарказм. Он добавляет тексту эмоциональную окраску и позволяет передать нюансы выражаемых мыслей.

Шрифты с разными скруглениями и углами могут вызывать разные эмоциональные отклики. Например, шрифт с закругленными углами может создавать впечатление мягкости и доброжелательности, тогда как шрифт с острыми углами может ассоциироваться со строгостью или энергичностью.

В целом, психология шрифтового восприятия является важной областью исследований, которая помогает дизайнерам и разработчикам сделать более осознанный выбор шрифтов для передачи определенных эмоций, акцентирования внимания и создания желаемого восприятия у читателей.

Правильный подбор шрифтов способен усилить эмоциональную нагрузку текста и сделать его более запоминающимся и воздействующим на аудиторию. Поэтому дизайнерам и писателям важно учесть этот аспект при создании текстовых материалов.

Заключение. Шрифты могут использоваться для того, чтобы передать настроение, отразить стиль или даже вызвать ассоциации с определенным периодом или культурой. Они играют ключевую роль в формировании визуального облика дизайна и способствуют созданию гармонии между различными компонентами.

Можно сделать вывод, что шрифты играют большую роль в дизайне, поскольку они не только передают информацию, но и способны создать уникальное визуальное впечатление, улучшить читаемость и подчеркнуть ключевые элементы. Правильно подобранные и стильно оформленные шрифты помогают добиться успеха в визуальной коммуникации и сделать дизайн более привлекательным для пользователей.

1. Кулененок, В.В. Коммуникативный дизайн: методические рекомендации / В. В. Кулененок // Каф. дизайна. – Витебск: ВГУ имени П. М. Машерова, 2023. – 35, [1] с. [Электронный ресурс]. – <https://rep.vsu.by/handle/123456789/36442> – Дата доступа: 02.03.2024;

2. Шрифт как форма искусства [Электронный ресурс] // Uchet-jkh.ru 2010 - 2024. URL: <https://uchet-jkh.ru/i/srifu-kak-forma-iskusstva/>. (дата обращения: 02.03.2024);

3. Психология восприятия шрифтов или как управлять настроением потребителей [Электронный ресурс] // Koloro.ua 2014-2024. URL: <https://koloro.ua/blog/dizain/psihologia-voSPIriyatIya-shriftoV-ili-kak-upravlyat-nastroeniem-potrebiteley.html/>. (дата обращения: 02.03.2024).

НАТУРАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ В ИНТЕРЬЕРЕ

Соболев И.Д.,

студент 1 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь

Научный руководитель – Шерикова М.П., ст. преподаватель

Дизайн интерьера на современном этапе – это искусство создания не только функциональной среды, но и эстетического пространства, которое представляет собой сочетание новейших технологий, различных материалов, определяющих атмосферу, стиль и настроение помещения.

Современный дизайн интерьера предлагает широкий спектр различных материалов, которые можно комбинировать и сочетать в зависимости от желаемого эффекта. Среди них можно выделить две основные группы: натуральные и искусственные материалы. Натуральные материалы - это те, которые получены из природных ресурсов без значительной химической или технологической обработки. Искусственные материалы - это те, которые созданы человеком с использованием различных синтетических или переработанных компонентов. Сочетания натуральных и искусственных материалов создают визуально гармоничные, привлекательные и ультрасовременные интерьеры.

Актуальность работы заключается в том, что использование натуральных материалов в современных интерьерных пространствах при наличии современных технологий обработки и стилистических направлений в дизайне интерьеров, позволяет создавать неповторимые по красоте и комфорту сочетания.

Цель исследования – анализ свойств натуральных материалов при использовании их в интерьере.

Материал и методы. Материалом исследования послужили сведения из открытых источников, в том числе проекты дизайнеров. Использовались методы анализа, описания, обобщения.

Результаты и их обсуждение. Среда интерьеров с преобладающим количеством искусственных материалов не обладает теми характерными качествами теплоты и уюта, которые создают натуральные материалы.