

Овчинникова Раиса Юрьевна

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ

В статье показано, что во второй половине XX века графический дизайн становится многоаспектной проблемой искусствоведения. Обосновывается идея о том, что искусствоведческий анализ дизайн-графики первой половины XX века осуществлялся теми же средствами, которые использовались при изучении искусства. Автор предлагает контекстно-исторический подход как средство поиска новых искусствоведческих оснований современного графического (коммуникационного) дизайна.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2016/10/34.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2016. № 10(72) С. 130-133. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2016/10/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

УДК 7.012.23

Искусствоведение

В статье показано, что во второй половине XX века графический дизайн становится многоаспектной проблемой искусствovedения. Обосновывается идея о том, что искусствovedческий анализ дизайн-графики первой половины XX века осуществляется теми же средствами, которые использовались при изучении искусства. Автор предлагает контекстно-исторический подход как средство поиска новых искусствovedческих оснований современного графического (коммуникационного) дизайна.

Ключевые слова и фразы: графический дизайн; коммуникационный дизайн; искусствovedение; объекты дизайн-графики; наука; искусство; визуальный дизайн.

Овчинникова Раиса Юрьевна, к. искусствovedения, доцент
Омский государственный технический университет
O-R-U@mail.ru

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ИСКУССТВОВЕДЕНИЯ

Начало самоопределения дизайн-графики как особой художественной практики связывают по времени с появлением термина «графический дизайн» (1922 г.). В последующие десятилетия аспектами бытия дизайн-графики становятся не только специализированная профессиональная деятельность, представленная методами проектирования и способами подготовки дизайнеров в области технологий проектного творчества, а также особый вид научно-теоретической деятельности. Проблемное поле современных научно-теоретических исследований можно подразделить на два направления:

1) прикладные разработки художественно-проектных решений дизайн-графики, ориентированные на создание новых технологий и инновационных методов решения задач; 2) научная рефлексия методов, правил, приемов, структуры проектной деятельности, понятий, функций дизайн-графики и т.п., на основе которой выявляется сущность практик дизайн-графики и достигается возможность их теоретического описания.

Первое направление исследований имеет практическое, жизненное приложение, когда знания о методах, технологиях способны воплощаться в реальный процесс проектирования. К 90-м гг. XX века результаты такого рода разработок широко представлены в оригинальных образцах дизайн-графики, в многочисленных изданиях (альбомах, каталогах). На основе инновационных методик работы со шрифтом, цветом, светом, пространством и др. накоплена обширная эмпирическая база дизайн-решений. Подобные знания являются технологическими, так как отвечают на практический вопрос «как?». Поэтому прикладные, технологические знания – это по большей части умения, основанные на специальных приемах, методах, сопровождающих процесс проектирования. С. И. Серов очень точно охарактеризовал ситуацию, сложившуюся в отечественном графическом дизайне (1992 г.): «графический дизайн является самой динамичной, мобильной, но в то же время самой малоизученной, застывшей в теоретическом отношении областью дизайна» [8]. Подобная дистанция между теорией и практикой графического дизайна характерна для всего периода его развития, когда практика в большинстве случаев опережает его теоретическое осмысление. Интенсифицировать развитие дизайн-графики с помощью научных исследований оказывается возможным при использовании научных практик, отвечающих не на вопрос «как?», а на вопрос «почему?». Другими словами, собственно научно-теоретическая деятельность позволяет выявлять причины, формировать новые ценности, идеалы, нормы проектирования, принципы искусствovedческого анализа дизайн-практики.

Второе направление научных изысканий в области графического дизайна, характеризуемое как «научная рефлексия», определяет проблемное поле теоретических исследований. Последнее обстоятельство приобрело актуальность в связи с тем, что во второй половине XX века дизайн становится проблемой искусствovedения наряду с художественной культурой и отдельными видами искусств. Идея о том, что дизайн должен стать предметом искусствovedческого анализа, оказалась широко востребованной. Научная деятельность в этом аспекте все последующее время опирается на ряд дизайнерских дисциплин, способствующих развитию теории и истории искусствovedения. Среди них немаловажное значение принадлежит научным исследованиям в области графического дизайна. Так, Е. В. Черневич отмечает: «Перед искусствovedением стоит задача распространить свое внимание на область графического дизайна и соответственно выработать новые методические и теоретические средства для изучения этой области визуальной культуры» [9, с. 4]. Своеобразие искусствovedческой точки зрения в исследовании графического дизайна представлено в различных отечественных разработках, выявляющих многоаспектность проблемы.

В рамках статьи представлен контекстно-исторический подход как концептуальное основание в определении принципов искусствovedения для изучения дизайн-графики. Полагаем, что искусствovedческие идеи могут задавать ориентацию дизайн-концепциям в том случае, если опираются на специальные знания. В этих целях важно обратиться к истории графического дизайна. Любая отрасль науки не может существовать без ее истории. Также становление теории графического дизайна возможно с учетом специфики его истории. Привлечение материалов из истории дизайн-графики позволяет учитывать конкретные события, объективные процессы, происходящие в этой области проектирования, прошлый опыт. Логика истории графического дизайна прокладывает себе путь в исторически неповторимых и своеобразных проявлениях культурного пространства. Именно благодаря так называемой «описательной» истории появляется возможность сбора материалов для раскрытия

концептуальных оснований искусствоведческого исследования дизайн-графики. Эволюция графического дизайна ставит перед искусствоведением задачу обнаружения особенностей сопровождения дизайн-графики в меняющемся мире. В этой связи представляют интерес те проблемы, которые характеризуют «специфику проектирования на уровне широкого социокультурного контекста» [7, с. 46]. Полагаем, что контекстно-историческое изучение развития дизайн-проектирования определяется в первую очередь многочисленными историческими, социальными, культурными факторами, которые соответствуют двум этапам новейшей истории. Хронология их такова: 1 этап – конец XIX – середина XX века; второй – 60-е гг. XX века – наши дни.

Объективные процессы общественной жизни первой половины XX столетия, основу которых составляли процессы индустриализации, а также изменения характера культуры, проявляющиеся в ее массовизации, оказали влияние на становление особой формы визуальной культуры. Ее созидание происходило по нескольким направлениям. Во-первых, в этот период складывались принципы современного рекламного плаката (от франц. *placard* – объявление, афиша). Плакат формировался как разновидность графики, представляющая собой яркое изображение информационного или рекламного характера. Плакаты по спортивной, театральной, коммерческой, политической, издательской тематикам были широко востребованы в рекламно-информационных целях, потому что информация, содержащаяся в них, доводилась до потребителей в понятных формах. Выдающихся французских художников, авторов плакатов (Ж. Шере, П. Боннар, А. Тулуз-Лотрек, А. Муха), а также российских мастеров – А. Родченко, Ф. Родченко, М. Длугача и др. – объединяло то, что они добивались эффектности и лаконичности в плакатных формах. Их творчество связано с использованием приемов живописи и графики, иллюстраций, орнаментов, многоцветных плакатных форм, благодаря которым достигалась визуально-графическая выразительность объектов. Поэтому в плакатах этого времени просматривается связь с различными стилистическими направлениями в искусстве, такими как импрессионизм, постимпрессионизм, арт-нуво, сюрреализм, кубизм и др.

Другое направление графического дизайна этого периода, заложившего основы современного дизайна, было ориентировано на решение практических проблем во вспомогательных для промышленного дизайна областях. Проникновение графического дизайна в сферу производства способствовало сбыту ее продукции благодаря упаковкам, этикеткам, товарным ярлыкам, фирменным знакам, промышленным проспектам, каталогам, изготовлению сопроводительных документов в виде бланков, конвертов и пр. Этим объясняется появление терминов «промышленная графика» и «прикладная графика». Становление промышленной графики, подчиненное развитию производства с конца XIX века, происходило вместе с формированием особых стилистических особенностей (использование орнамента, шрифта, фотографических изображений, цветовых решений). Именно в этой области графического дизайна происходит поиск новых средств, которые ориентированы на решение узкоутилитарных задач. Поэтому, как отмечает Э. М. Глитерник, плакатные формы, ориентированные на решение практических задач, не всегда выполнялись мастерами, имеющими навыки художественно-эстетической деятельности [3]. Их работы скорее были демонстрацией практической функции прикладной графики.

Третьим направлением, в рамках которого происходило становление дизайн-графики, явилось использование в деятельности типографов элементов художественного творчества. В практике печатного дела благодаря книгам, в первую очередь напечатанным вручную в конце XIX – начале XX века, появились художественные особенности типографики: чувство и понимание рисунка шрифта, соотношение знаков, составляющих слово, строку, полосу набора и др. [4].

Итак, в период с конца XIX до середины XX века в творчестве многих художников можно обнаружить особые концептуальные основания дизайн-графики. Прежде всего, это касается трактовки графического дизайна. В данный период формируется вопрос: является ли графический дизайн новым типом художественной деятельности в сравнении с искусством? Вопрос, не потерявший своей актуальности в наши дни, имеет значение не только в изучении истории графического дизайна, но и в поиске путей его перспективного развития. Исследование творчества художников, использующих плакатные формы на рубеже XIX-XX веков, показывает, что плакат раскрыл новые возможности, открывшиеся перед ними. Первые афиши и плакаты выдающихся художников свидетельствовали о том, что графический дизайн продолжает традиции искусства. Плакатные изображения несли связь с приемами живописи и графики. Несмотря на наличие у каждого из художников собственного творческого стиля, существовало их объединяющее начало. Художественное кредо великих мастеров, работавших в жанре плаката, – сочетание декоративности, монументальности, неожиданных композиционных приемов, стремление к выразительности минимальными средствами. Иными словами, в системе ценностей художественной культуры на этапе становления графического дизайна центральное место занимало искусство. Не случайно работы великих художников в жанре плаката сегодня относят к антикварной графике. Поэтому графический дизайн, в лице его великих основоположников, ориентирован на высокое искусство, высокое художественное мастерство и на воспитание хорошего вкуса.

Также терминология графического дизайна первого периода складывалась в рамках искусствоведческой терминологии или под ее влиянием. Так, применение методов станковой графики в решении прикладных проблем привело к тому, что термины «графика», «графические искусства», «прикладная графика», «промышленная графика» использовались как взаимозаменяемые вплоть до середины XX века. Расширительное толкование терминов привело к тому, что термином «графика» стали обозначать не только станковую, книжную, газетно-журнальную, прикладную графику, но и плакат. Все это позволяет утверждать, что в первой половине XX века графический дизайн рассматривается как новый вид художественной деятельности, который развивался в контексте классической концепции искусствоведения.

На всем протяжении своего существования, как было отмечено, графический дизайн подвержен радикальным трансформациям, что влечет за собой изменение предмета, функций, методов, средств проектирования. Новые проблемы проектирования с середины XX века появляются в связи с ключевыми изменениями в социокультурном пространстве по мере формирования информационных обществ, созидания избыточной экономики на основе инновационных технологий (в разных регионах это происходило и происходит в разное время). В этих условиях особую роль занимает система маркетинговых коммуникаций, ориентированная на ознакомление, просвещение, привлечение внимания массового потребителя средствами рекламного дизайна, в котором ведущие позиции занимает графический дизайн. Не случайно в отечественной справочной литературе в 80-е гг. появляется определение, свидетельствующее о новой ступени в развитии дизайнерской графики: «Графический дизайн – визуальный дизайн, художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов, предназначенных для массового воспроизведения любыми средствами визуальной коммуникации (полиграфия, кино, телевидение)» [5, с. 156].

В новых социально-культурных условиях графический дизайн связан с решением проблем эпохи. Графический дизайн, получивший развитие в Швейцарии, начиная с 50-х гг. XX века был направлен на решение именно этих задач. Поэтому теория и методология швейцарского стиля оказалась широко востребованной и распространилась по всему миру. В рамках швейцарской школы были сформулированы функционалистские принципы графического дизайна, ориентированные на то, чтобы в оценке дизайн-продукта учитывать качество обеспечения эффективной коммуникации. С этого периода ключевым словом в характеристике графического дизайна становится термин «массовая коммуникация». Массовая коммуникация (от лат. – общее, разделяемое со всеми) – это распространение информации в широком пространственно-временном диапазоне в расчете на массовую аудиторию [1]. Иными словами, графический дизайн, существующий в течение нескольких десятилетий как визуальный, уступает место коммуникационному дизайну. При этом в коммуникационном дизайне учитывается не обстоятельство, что информация в плакатах выполняет и более сложные функции. Она не только привносит новую информацию, но и должна воздействовать на потребителя, убедить его в том, что компания производит качественные продукты, эффективна и заботится о потребителе.

Как можно видеть, в практике графического дизайна в короткие сроки были достигнуты значительные успехи в проектировании продуктов дизайн-графики, таких как плакат, журнал, книга, упаковка, и др. Однако специфические исследовательские средства дизайн-графики еще не были разработаны. Искусствоведческие исследования в области графического дизайна в этот период не выходили за рамки тех средств, которые использовались в анализе искусства. В этих условиях Е. В. Черневич не только высказывает позицию, что «для искусствоведческой работы в области дизайн-графики необходимо развитие специфических исследовательских средств», но и отмечает, что их выявление должно производиться с учетом утилитарных функций продуктов графического дизайна [9, с. 3].

Иными словами, для графического дизайна практическая польза (полезность) дизайн-объектов становится «базисной формой» проектного решения. Как видим, в системе ценностей художественной культуры искусство, в отличие от графического дизайна, находится вне границ решения утилитарно-прикладных задач. Графический дизайнер, в отличие от художника, изначально ориентирован на решение практических задач визуальными средствами. Это обстоятельство определяет место графического дизайна в современной культуре. Дизайн-графика как иная, особая художественная практика, не порывая связи с искусством, развивается с опорой на фундаментальные научные знания. Этот факт является показателем того, что во второй половине XX столетия искусствоведение сфокусировало на себе проблематику научного исследования искусства и художественной культуры в целом. Обращение к науке продиктовано тем, что поиск специфических средств, позволяющих решать практические задачи средствами дизайн-графики, требует пересмотра дихотомии «искусство – наука». Важность этой проблемы в истории искусствоведения была отмечена задолго до того, как она была актуализирована в графическом дизайне. Так, в первой половине XX века в Германии, появилось направление в искусствоведении, поставившее перед собой задачу формирования научно-художественной дисциплины, которая получила название «всеобщая наука об искусстве». Принципы, положенные в основание этой науки, противопоставлялись принципам классической эстетики. Прежде всего, это касалось критического отношения к оценочной функции традиционной эстетики, в противовес которой были выдвинуты принципы объективности и безоценочности [6]. Как видим, еще в первой половине XX века осознается потребность в исследовании новых художественных практик, нуждающихся в использовании методов научного познания. Эту идею представляет также основоположник функционального графического дизайна Й. Мюллер-Брокман, который полагал, что действенным инструментом графического дизайна является модульное конструирование, которое он рассматривал как альтернативу использованию орнаментов и др. средств декоративного оформления [2].

Во второй половине XX века происходит разделение между графическим искусством и графическим дизайном. Если графическое искусство уникально, то графический дизайн ориентирован на повседневную жизнь широких масс населения, на массовое потребление. По сути, дизайнеры-графики стоят перед необходимостью создания и передачи не только полезной, но и понятной информации в целях формирования определенной реакции у потребителя и включенности его в систему массовых коммуникаций. Это обстоятельство определяет особенности графических форм дизайн-графики, таких как объективность, простота, ясность. Иными словами, продукты дизайна (заголовки газет, сообщений, а также упаковки, обертки и пр.) оцениваются не по засечкам или их отсутствию в шрифтах, а по доступности для широкой аудитории методов и приемов использования знаковых систем в решении коммуникационных задач, а также по адекватному пониманию содержания. И в этом смысле задается парадоксальная ситуация: к графическому дизайну, по сути, являющемуся визуальным, задается требование – быть «невидимым» в старом значении слова. Однако речь

не идет об отрицании визуально-эстетической составляющей дизайн-проекта. В новых условиях утверждается, что она является всего лишь инструментом, способом организации коммуникационного события.

Итак, современный графический дизайн развивается в системе «человек – социум». Широта задач, реализуемых дизайн-графикой начиная со времени ее самоопределения, расширяет проблемное поле искусствоведения и ставит дизайнеров перед необходимостью изучения теоретико-познавательных вопросов графического дизайна. Современное искусствоведение ориентировано на решение проблемы поиска новых теоретико-методологических оснований, с помощью которых, в частности, достигается не только возможность изучения, но и обоснования взаимопроницаемости границ графического дизайна, науки и искусства.

Список литературы

1. **Быченков В. М.** Коммуникация массовая [Электронный ресурс]. URL: <http://iphras.ru/elib/1473.html> (дата обращения: 26.08.2015).
2. **Ващук О. А.** Швейцарская школа графического дизайна как явление проектной культуры XX в. [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. искусствоведения. СПб., 2008. URL: <http://flatik.ru/shvejcarskaya-shkola-graficheskogo-dizajna-kak-yavlenie-proekt> (дата обращения: 26.08.2015).
3. **Глинтерник Э. М.** Историческое самоопределение графического дизайна в проектной культуре России, 1880-1980-е гг. [Электронный ресурс]: дисс. ... д. искусствоведения. СПб., 2001. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=15991242> (дата обращения: 26.08.2015).
4. **Глинтерник Э. М.** Понятие «графические искусства» в печатном деле и становление терминологической системы дизайн-графики [Электронный ресурс]. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=25558410> (дата обращения: 26.08.2015).
5. **Книговедение:** энциклопедический словарь / ред. коллегия: Н. М. Сикорский (гл. ред.) и др. М.: Советская энциклопедия, 1982. 664 с.
6. **Маца И.** Наука об искусстве [Электронный ресурс]. URL: http://enc-dic.com/enc_philosophy/Hauka-ob-iskusstve-6412.html (дата обращения: 26.08.2015).
7. **Овчинникова Р. Ю.** Социокультурные основания и специфика кича в графическом дизайне. М.: Магистр; ИНФРА-М, 2015. 136 с.
8. **Серов С. И.** Стилиевые процессы в советском графическом дизайне 1960-80-х годов [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. искусствоведения. М., 1990. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=15684690> (дата обращения: 26.08.2015).
9. **Черневич Е. В.** Исследование языка графического дизайна [Электронный ресурс]: автореф. дисс. ... к. искусствоведения. М., 1975. URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01004024242> (дата обращения: 26.08.2015).

GRAPHIC DESIGN IN THE CONTEXT OF ART CRITICISM

Ovchinnikova Raisa Yur'evna, Ph. D. in Art Criticism, Associate Professor
Omsk State Technical University
O-R-U@mail.ru

The article shows that in the second half of the XX century graphic design becomes a multi-aspect problem of art criticism. The author justifies the thesis that the art analysis of the design graphics of the first half of the XX century was conducted by the similar means, which were used when studying art. The researcher proposes a contextual-historical approach as a means to find new artistic foundations of modern graphic (communicative) design.

Key words and phrases: graphic design; communicative design; art criticism; design graphics objects; science; art; visual design.

УДК 17.034

Философские науки

В статье рассматривается концепция доверия в работах американского исследователя Эрика М. Услэнера. Основное внимание уделяется анализу «моралистического» доверия, которое выступает основополагающим элементом социальной жизни, способствующим более эффективному решению проблем коллективного действия. В статье показано, каким образом Услэнер соотносит доверие с политической структурой общества и трактует связь между уровнем доверия в обществе и экономическим неравенством.

Ключевые слова и фразы: Э. М. Услэнер; доверие как ценность; моралистическое доверие; социальное взаимодействие; экономическое неравенство; коллективное действие.

Перов Вадим Юрьевич, к. филос. н., доцент
Тазенкова Полина Александровна
Санкт-Петербургский государственный университет
vadimperov@gmail.com; polina.tazenkova@gmail.com

«МОРАЛИСТИЧЕСКОЕ ДОВЕРИЕ» В КОНЦЕПЦИИ ЭРИКА М. УСЛЭНЕРА

С конца XX века изучение феномена доверия занимает все более важное место как в теоретических исследованиях социальных наук, так и в публичных дискуссиях. В появившихся за последние десятилетия