

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Герман, М.Ю. Модернизм / М.Ю. Герман. – СПб.: Азбука-классика, 2003. – 478 с.
2. Ленсу, Я.Ю. Белорусская школа дизайна на современном этапе / Я.Ю. Ленсу // Управление в социальных и экономических системах: материалы XX междунар. науч.-практ. конф., Минск, 20 мая 2011 г. / Минский ин-т управления ; редкол.: Н.В. Суша [и др.]. – Минск, 2011. – С. 206–207.
3. Маньковская, Н.Б. Эстетика постмодернизма / Н.Б. Маньковская. – СПб.: Алатейя, 2000. – 347 с.
4. Семашко, И. М. «Модерн» / «Постмодерн»: история контроверзы в работах Юргена Хабермаса и Жана-Франсуа Лиотара [Электронный ресурс] / И.М. Семашко // Вестник ВолГУ. – Сер. 9: Исследования молодых ученых. – 2010. – №8–10. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/modern-postmodern-istoriya-kontroverzy-v-rabotah-yurgena-habermasa-i-zhana-fransua-liotara>. – Дата доступа: 15.03.2018.
5. Тарасова, А. Химеры искусства [Электронный ресурс] / А. Тарасова. – Режим доступа: <https://artelectronics.ru/posts/khimery-iskusstva>. – Дата доступа: 15.03.2018.
6. Evolution haut couture / сост. и общ. ред. Д. Булатова. – Калининград: КФ ГЦСИ, 2009. – Ч.1. –2009. –193 с.

ОСНОВНЫЕ ПАРАДИГМЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

MAIN PARADIGMS OF THE GRAPHIC DESIGN

Ю. В. СЫМОНОВИЧ

Y. V. SYMONOVICH

Белорусский государственный технологический университет

Минск, Беларусь

Belarusian State Technological University

Minsk, Belarus

e-mail: design@illustrator.by

В работе дан исторический анализ парадигм графического дизайна, раскрыты характерные черты каждой из парадигм, показана историческая динамика и взаимосвязь элементов дизайна на каждом историческом этапе.

Ключевые слова: графический дизайн; классическая парадигма; парадигма модернизма; парадигма постмодернизма.

The article provides a historical analysis of graphic design paradigms, reveals the characteristic features of each of the paradigms, shows the historical dynamics and interrelation of design elements at each historical stage.

Key words: graphic design; classical paradigm; the paradigm of modernism; the paradigm of postmodernism.

Альбрехт Дюрер писал: «*Что такое прекрасное — этого я не знаю. Все же я хочу так определить здесь прекрасное: мы должны стремиться создавать то, что на протяжении человеческой истории большинством считалось прекрасным*» [1, с. 7]. Это высказывание приводит к мысли о двух сторонах дизайна: его постоянстве в стремлении к созданию «прекрасного», и его изменчивости в формах выражения «прекрасного» на протяжении человеческой истории. Графический дизайн обладает имманентной мобильностью и, соответственно, особенно быстро впитывает и реализовывает новые веяния и идеи текущей парадигмы, в которой он существует, при этом критически переосмысливая арсенал предыдущего опыта и опираясь на него.

Парадигму в широком смысле можно понимать как *систему закономерностей, способов видения, структурирующих объект и строящих собственный предмет* [2, с. 4]. Каждая парадигма дизайна представляет собой свой особый, отличный от предыдущих, метод решения проблемы. «*Дизайнерские парадигмы относительно быстро понимаются, воспринимаются и приобретают особое значение, помогая нам понять наш мир*» [6, с. 2]. В дополнение к их роли, помогающей нам понять дизайн, парадигмы также являются мощными инструментами для создания новых подходов, стилей и идей.

В графическом дизайне выделяются три исторические парадигмы: классическая парадигма, парадигма модернизма и парадигма постмодернизма [3]. Кратко опишем ключевые особенности парадигм и причины перехода от одной парадигмы к другой.

Классическая парадигма, которая в литературе известна под названием «эстетики формосообразности» [4] или книжно-классической культурной парадигмы [5], датируется XV–нач. XX века. Это время, когда дизайнеры (при условии, что мы будем понимать профессию дизайнера в широком смысле) в поисках прекрасного ориентировались на античность. Поэтому в графическом дизайне того времени господствует симметрия, нюансность, сбалансированность, взаимодействие фигуры и фона, избегание пустоты, декорирование, использование антиквенных шрифтов. Небрежность дизайна в начале этого периода перерастает со временем в золотой период классического дизайна (это связано в том числе с возникновением школ дизайна и с обращением внимания художников на эту сферу).

Однако в период индустриализации ориентация на прошлое стала невозможна, и возникла новая парадигма — **парадигма модернизма** или,

как ее называют, «эстетика целесообразности», «визуально-коммуникативная парадигма». Приход новой парадигмы, которая продлилась до конца XX века, связан с футуризмом и конструктивизмом. Для этой парадигмы характерен взгляд в будущее через возвышающиеся трубы заводов и фабрик. Это повлияло на графический дизайн. Рождение модернистской парадигмы дало новый взгляд на формы выражения «прекрасного». Это парадигма асимметрии, движения, модульных сеток, гротескных шрифтов, коммуникации со зрителем и подчинения цели. Модернизм стремился деконструировать понятие «прекрасного», разложить его по полкам, оформить в правила и рекомендации. Это дало богатую почву для исследований и экспериментов, которые подарили нам множество стилей, таких как футуризм, конструктивизм, швейцарская интернациональная школа и другие. В конце XX века общедоступным явлением стал интернет, и это ознаменовало переход к следующей, виртуально-средовой парадигме или парадигме постмодернизма.

Парадигма постмодернизма или «эстетика смыслообразности» стала доминирующей с 80-х гг. XX века и развивается до сих пор, трансформируясь в поисках новых форм. Индустриальное общество стало постиндустриальным.

Модернистский дизайн стремился к расколдовыванию мира на основе проектной установки на единую и неделимую картину мира. Постмодернизм возвращает миру его таинственную основу и принципиальную непостижимость [3].

На первый план выходит визуальный контекст, время оборачивается из взгляда в будущее (характерное для модернизма) к настоящему: важно лишь «здесь и сейчас», настоящему отдается все внимание дизайнера. Центральной фигурой является зритель, которого необходимо затянуть в свой мир и удержать его в нем как можно дольше. Доминирование картинок, переплетение текста и изображения, смещение объекта и фона, возврат к рукописной типографике, эксперименты и деконструкция канонов, так тщательно сформулированных модернистами, – основные характеристики нового видения.

Важно отметить, что никакая парадигма не исчезает и даты начала и окончания парадигмы указаны условно и будут иметь отличия в разных странах. Датирование парадигм отражает период их доминирования, расцвета в дизайне. Каждая из парадигм существует до сих пор, накладывая свой отпечаток на современность и являясь тем базовым слоем, тем «прекрасным», о котором писал Дюрер.

Переход от одной парадигмы к другой требует изменения методов, подходов и даже мировоззрения дизайнера для того, чтобы оставаться

чувствительным к переменам и отражать в графическом дизайне процессы, происходящие в обществе, культуре и других сферах.

Графический дизайн всегда опосредован парадигмой (и соответственно, стилями, возникшими в рамках парадигм). Но каждая изученная парадигма становится частью умственного инструментария дизайнера, его набора фундаментальных подходов к решению проблем. [6, с. 3]. А значит делает дизайнера более устойчивым и гибким в период формирования каждой новой парадигмы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. Дюрер, А. Трактаты. – М.: Студия Артемия Лебедева, 2012. – 268 с.
2. Серов, С. И. Проектная концептуалистика: конспект-программа лекций по авторскому курсу – Ч. 1. – Гармония классической типографики / С. И. Серов. – М.: Линия График, 2003. – 32 с.
3. Серов, С. Парадигмы графического дизайна. Харьковская лекция / С. Серов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://prepod.nspu.ru/file.php/820/serov_paradigmy_gd1.pdf. – Дата доступа: 15.02.2018.
4. Сидоренко, В. Три эстетики / В. Сидоренко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sergeserov.livejournal.com/512481.html>. – Дата доступа: 15.02.2018.
5. Хеллер, С. Эволюция графических стилей: от викторианской эпохи до нового века / С. Хеллер, С. Чваст. – М.: Студия Артемия Лебедева, 2016. – 320 с.
6. Wake, Warren K. Design Paradigms: a sourcebook for Creative Visualisation / Warren K.Wake. – New York: John Wiley. – 91 s.