



УДК 766:05

СУЧАСНІ КОНТЕКСТИ ВІЗУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ В ГРАФІЧНОМУ ДИЗАЙНІ

СТРИЖОВА Оксана

Хмельницький національний університет, Україна

stryzhovao@khnmu.edu.ua

Розглянуто вплив на графічний дизайн сучасних контекстів візуальної культури. Наведено приклади й дано рекомендації з розвитку навичок ненасильницької комунікації та емоційної компетентності та здатності до проєктування інклюзивного графічного дизайну.

Ключові слова: *візуальна культура, емоційна компетентність, інклюзія в графічному дизайні, ненасильницька комунікація.*

ВСТУП

Вплив сприймання і сприйняття візуальної інформації на її передавання й донесення потребує узгодженості цих дієвих понять. Сприйняття як процес та сприймання як результат пізнання й розуміння інформації відіграють головну роль у сучасній візуальній комунікації, отже і в ефективності роботи графічного дизайнера так само. Теж варто розділяти сприймання та сприйняття на індивідуальне і соціогрупове, адже вони характеризують зчитування візуальної інформації конкретною людиною в залежності від її особистого досвіду й знань, а також є спільногруповим трактуванням візуальної інформації через змістовне й оціночно-емоційне ставлення до неї [1].

З цієї точки зору, візуальна культура – це засіб відображення як індивідуальної ідентичності, так і групової приналежності [2]. Візуальне – не нейтральне, це завжди щось означає, всі взаємодіють із його змістами, тож, так чи інакше, піддаються їх впливам [3]. Засилля патернів у сприйнятті візуального змісту впливає на процес його сприймання. Тому все більш актуальним стає обов'язкове врахування контекстів у сприйнятті і сприйманні візуальної інформації для розвитку візуальної культури в графічному дизайні.

ПОСТАНОВКА МЕТИ

Аналізуючи продукти графічного дизайну, можна знайти необ'єктивності в творенні чи передаванні візуальних змістів, адже ще нерідко дизайнер робить продукт «як для себе» – як типового користувача [4]. А також, у розробника може створюватися враження, що він тримає все під контролем, може спонукати до хорошого, тим самим «стримувати» асоціальне [3]. Це призводить до ризику непомітного виникнення в графічному продукті маніпулятивності, особливо при використанні емоційно сильних візуальних сигналів у змістах, образах. Тому, стає все більш проблемним процес вибудови власного візуального світу так, щоб не заважати іншим мати та будувати їх візуальні світи.



Для цієї мети важливо краще орієнтуватися у нових концептуальних контекстах візуальної культури та знати особливості формування:

- ненасильницької комунікації – як головного принципу донесення візуальної інформації та її показника асертивності – вміння ввічливо ставити власні межі, правити власні права, враховуючи права і межі інших [1];
- емоційної компетентності – як інструмента графічного дизайну для виявлення і врахування користувачької емпатії та авторської самоемпатії [2];
- інклюзії – рівноправності різних категорій користувачів та чіткості у сприйнятті і сприйманні [4], на протизагу амбігвності – як неоднозначності.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасні дизайни повинні ставати все більш індивідуально спрямованими, щоб тонше впливати на їх сприймання і сприйняття за допомогою емоційної складової. Візуально донести зміст, а часто й почуття, можна, залучаючи особистісну асертивність, через основні компоненти графічного дизайну: форму, кольори, шрифти, за допомогою засобів – ієрархії, пропорцій та загальної композиції. Асертивність в графічному дизайні – це баланс між творчим самовираженням та відкритістю, це пошук компромісу між своїм візуальним світом та візуальними світами інших. Достатній рівень дизайнерської асертивності може допомогти висловлювати власні думки щодо різних питань, подій та проблем, особливо соціально вагомих. Пересторогою тут має бути запобіжник до рівня асертивності, щоб з донесенням своєї унікальності та впевненості у своїх здібностях не перейти межу диктату.

Розвивати асертивність можна через роботу в команді, тоді легше уникнути втрати цінних інсайтів, запобігти неврахованості думок і недооціненості ідей, зменшити ризик неприйняття критики. Тому зростає оптимальність і збалансованість результату для користувачької аудиторії. Асертивність є прямим наслідком ненасильницької комунікації, що є дуже важливою для роботи із візуальною інформацією.

Прикладом застосування асертивного підходу до формування візуального змісту є розпочата на кафедрі дизайну Хмельницького національного університету практика вивчення дитячих малюнків, безпосередньо на задану тему чи з певним об'єктом, для роботи на стадії пошуку стилістичних рішень зображень у дитячій книжковій ілюстрації або для дизайну дитячих настільних паперових ігор. Це реалізується через спілкування і малювання студентом-графічним дизайнером варіантів безпосередньо разом з дітьми, віку, що відповідає завданню.

Крім асертивності, в графічному дизайні можна виділити ще принципи ненасильницької комунікації:

- повага, границі, уникання тиску та агресивності в донесенні візуального змісту без примусу і загрози;
- уникання маніпулятивності та провокативності як у візуальному змісті, так і у формах його донесення;
- одночасне врахування різних когнітивних, культурних, соціальних, релігійних чи інших контекстів візуальної інформації;
- відповідність *tone of voice* візуальної інформації – певного «тону» (через шрифти), емоцій (через кольори і пропорції) та інших принципів



«спілкування» з користувачами, використання їх термінів, навіть сленгу;
- прагнення до взаємодії з користувачами, наприклад, закласти в продукт графічного дизайну можливість, щоб ним можна було ділитися через соцмережі.

Для впровадження принципів ненасильницької комунікації графічний дизайнер має розвивати в собі професійну емоційну компетентність, яка є проявом емоційного інтелекту, що стає затребуваним soft skill конкурентного фахівця. Знання, розуміння і врахування соціальних, культурних, етичних факторів (гендер, вік), разом із професійним володінням типографією і композицією є важливими рисами, адже емоційно компетентний графічний дизайнер вміє правильно сприймати емоційні сигнали-потреби та адекватно їх втілювати у проекти.

Вдалим прикладом емоційної компетентності автора як щодо змісту, так і його візуальної подачі є постери українського графічного дизайнера Олександра Грехова (нік – unicornandwine) для експертного інтренет-ресурсу «Гендер в деталях», в яких він грамотно рефлексує над гострими суспільними проблемами та серйозними подіями. Для цього він успішно використовує багато з перерахованих принципів ненасильницької комунікації.

Чим вище розвинута у дизайнера емоційна компетентність, тим адекватніше йому вдається створити дуже актуальну сьогодні інклюзивність своїх робіт. Інклюзія в графічному дизайні означає створення продуктів, які враховують потреби та можливості різних груп користувачів, включаючи людей з різними здібностями, різних вікових груп, різних культурних та соціальних характеристик та з різними когнітивними навичками. Когнітивні навички напряму пов'язані із здатністю сприймати та обробляти інформацію, візуальну – в першу чергу. Тому графічний дизайнер має чітко відслідковувати неможливість виникнення амбігвітності в його роботах.

Амбігвітність – це характеристика графічних елементів, коли вони можуть мати багато значень, що призводить до їх суперечливих інтерпретацій або до нечітких тлумачень. В контексті візуальної інформації та комунікації амбігвітність може виникати, коли, наприклад, символ, логотип є неоднозначним чи може мати кілька різних тлумачень, тоді може пропадати чіткий зв'язок із брендом, а користувачі можуть мати різні трактування, що ускладнює сприйняття бренду. Або амбігвітність кольорів, яка виникає в контексті різних культур (семантики) чи різного їх індивідуального емоційного прийняття, особливо коли вони використовуються без належного контексту або без урахування психології. Навіть у використанні шрифтів може виникати амбігвітність: наприклад, деякі декоративні шрифти можуть мати складні форми літер і, відповідно, низьку читабельність, тому їх важко розібрати та прочитати. Або шрифти можуть мати різні стилі та естетику, яка може інтерпретуватися по-різному різними людьми. Наприклад, одні шрифти можуть сприйматися як класичні та вишукані, а інші – як сучасні та сміливі. Шрифти можуть викликати різні асоціації або емоції, в залежності від їхнього контексту використання. Уникнення амбігвітності – важливе завдання для чіткого результату і ефективного графічного дизайну, який має сприяти зрозумілості та унеможливити непорозуміння чи небажані інтерпретації.



Інклюзивне візуальне середовище – це набагато більше, ніж звична зручність, тут треба будувати інклюзивний комплекс, де поєднані зручність, доступність та зрозумілість усіх контекстів користування візуальною інформацією. Дизайнер має врахувати потреби людей з різними видами обмежень: візуальні, слухові, фізичні та когнітивні. Це може означати використання великих шрифтів та контрастних кольорів для полегшення читання, розміщення кнопок та інтерфейсних елементів на екрані з урахуванням можливостей користувача, а також обов'язкове надання навігації та альтернативного шляху доступу до інформації та альтернативного способу взаємодії з продуктом – прослуховування або тактильність. Дизайн повинен одночасно відобразити різноманітність людей та культур. Таку залученість дають ілюстрації та графічні елементи, що відображають різноманітність форми тіл та зовнішності людей.

Цей вид інклюзії в графічному дизайні можна назвати пасивним, рефлексивним. До активного виду інклюзії можна віднести інтерактивні дизайни, які дозволяють користувачам взаємодіяти з графічними елементами продукту: самим переставляти їх, змінювати кольори, можливо, розміри шрифтів – для адаптації їх під власні потреби.

ВИСНОВКИ

Люди бачать більше, але все менше часу мають на осмислення баченого. Виникає ризик того, що дизайн може бути джерелом невідповідностей і, як наслідок, навіть відчужень. Тож дизайн повинен стати і джерелом усунення відчужень та невідповідностей [4].

Дизайнер повинен розвивати у собі відкритість до нових емоційних навиків та інших культурних перспектив, відшліфувати вміння будувати зворотній зв'язок та тестувати користувацький досвід. Це можливо у випадку вивчення і розуміння основних тригерів людського мозку: потреб і бажань, емоцій, ситуацій, згадок і спогадів, стимулів зовнішнього чи суспільного середовищ. Саме принципи ненасильницької комунікації та інклюзії можуть дати правильні підказки дизайну.

ЛІТЕРАТУРА

1. Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук та ін. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. 742 с.
2. Візуальна культура: електронний журнал. URL: <https://journals.sagepub.com/home/vcu>.
3. Бойлен Л. Візуальна культура. Київ : ArtHuss, 2021. 208 с.
4. Голл К. Невідповідність. Київ : ArtHuss, 2024. 144 с.

STRYZHOVA O.

MODERN CONTEXTS OF VISUAL CULTURE IN GRAPHIC DESIGN

The article considers the influence of modern visual culture contexts on graphic design. Examples and recommendations for developing non-violent communication skills, emotional competence, and the ability to design inclusive graphic design are given.

Keywords: *visual culture, emotional competence, inclusion in graphic design, non-violent communication.*