

ӘОЖ 7.769.91

ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙНДАҒЫ ЭСТЕТИКАЛЫҚ ЗЕРТТЕУЛЕР

Айдын Айжан

Aizhan19960314@gmail.com

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ сәулет-құрылыс факультетінің «Дизайн және инженерлік графика» кафедрасының студенті, Астана, Қазақстан
Ғылыми жетекшісі - Тусупбекова Ш.М.

Қазіргі заманғы қоғамдық өмірдің үздіксіз дамуымен және ғылым мен техниканың үздіксіз дамуы арқылы графикалық дизайн біздің өмірімізде маңызды рөл атқарады. Кез-келген баспа жарнамалары, журналдарға арналған кітаптар, өнімнің қаптамасы және әртүрлі плакаттар дизайны адамдар назарын аударады, адамдарға күшті көрнекі эстетикалық әсерін тигізеді және әрдайым заманауи адамдардың өміріне әсер етеді.

Эстетика адамдарға әлемді қабылдаудың ерекше жолы болып табылады, бұл адамдар әлемге қызығушылық танытпайтын сезімталдық жағдайына қатысты. Эстетика – бұл субъективті және объективті түсіну, ұтымдылық пен сезімталдықта әлемдегі барлық тіршілікті қабылдау, қабылдау және бағалау. Эстетиканың кең ауқымы, оның ішінде киім-кешек, тамақтану, сәулет және туризм. Эстетика барлық жерде, олар қашан біздің өмірімізге әсер етеді. Киім дүкеніне кіру, киімнің барлық түрлерін біз эстетикалық сезімге бөлеміз, концерт залында отырамыз, керемет музыка бізді эстетикалық сезімге бөлейді. Эстетика біздің зерттеуіміз, жұмысымыз және өміріміз үшін өте маңызды. Эстетикаға бару, эстетиканы түсіну және эстетиканы зерттеу керек. Біздің жүрегімізді және

эмоцияларымызды тазартудың қажеті жоқ, осылайша біздің эстетикалық биіктігімізді арттырады.

Графикалық дизайнның пайда болуы - адамзат қоғамының өркениетке деген нышаны. Адамзат қарабайыр өмірінің бастапқы кезеңінде өркениетке қарай біртіндеп жылжиды, адамдар арасындағы қарым-қатынас үнемі дамып келеді, бұл олардың ойлары мен сезімдерін символикалық түрде беруді талап етеді. Тарихи деректерде графикалық нышандарға енгізілген тораптардан эволюция адамзат тарихындағы өркениеттің үдерісіндегі маңызды бұрылысты белгілейді. Мәтін пайда болғанға дейін адам түрлі графикалық нышандарға сәйкес жазылып, олар әртүрлі графикалық символдармен жазылған, графика әлемнің үш көне мәтінін қоса алғанда қарапайым мәтіндерге айналдырылғанға дейін жеткізілді: қытайлық Oracle, екі өзендегі клинопись және Мысырдың иероглифтері. Бүгінгі үш ежелгі мәтіндер әлемдегі кейіпкерлердің даму көзі болып табылады. Мәтіннің пайда болуы болашақта графикалық дизайнды дамыту үшін ең қарапайым негізгі шарттарды қойған деп айтуға болады.

Ренессанс барысында Париж, Франция, Ньютенбург, Италия, Венеция және Швейцарияның Базельдегі баспа дизайны бизнесі дамыды. Атап графикалық дизайн мансап Италия қоғам үшін өте ерекше болып табылады, гүлді арнайы махаббат, сол уақытта, ерте итальяндық баспа шеберлерінің көптеген логотипі және дизайн прецедент пайдалануды құру, өз баспахана үшін сауда маркасын жобалау. қаріп дизайн, негізгі итальяндық Bodoni күшті контраст бар сұлулық «заманауи» қаріп, желісі қаріп қалыңдығы өте күшті сезімін жобаланған, нақтылығы және эстетика өте жоғары жетістіктерін жетті, әлемдік болды Елдердің құндылығы мен қолданылуы. 1609 Германия «A Weisha қарым-қатынас Жаналықтар» күнделікті жарияланған дамыту кейін, көп ұзамай Германиядағы және Еуропадағы ірі газет жарияланымдар болады, газет маңызды және қажетті ақпарат алмасу орта болды, әлемде бірінші газет пайда болды. төтенше дәрежесін жетеді Кейінгі Victorian британдық ұлттық, гүлденген және гүлденген әлеуметтік ортаның жағдайы барлық аспектілер дизайнын әсер, романтизм басым.

Фототехнологияның өнертабысы тек қана жаңа ортаға айналып қана қоймай, әлеуметтік өмірдің және адамзат өркениетінің байлығына өшпес үлес қосты, сонымен бірге графикалық дизайнға графикалық дизайн үшін жаңа әлемді ашады. Қазіргі графикалық дизайнның дамуына ықпал етті [1].

Еуропалық индустриалды революция тек экономикалық өркендеуді ғана емес, сонымен қатар графикалық жобалау индустриясын дамыту үшін жаңа көктемде де пайда болды. Батыс Еуропада бұл кезеңде жарнама жасалмаған, ал кітаптар мен плакаттар коммерциялық бумда өркендеп, Еуропаның әлемдік экономика, мәдениет және өнер саласындағы жетістіктері мен мәртебесін орнатты. Постердің ағаштың нұсқасы тез дамып, коммерциялық жарнамада кеңінен қолданылып келеді. Бумен жұмыс істейтін баспа машиналары мен қағаздық машиналардың өнертабысы мен жақсаруы, баспаға революциялық жетілдірулер әкелді, Еуропадағы қазіргі заманғы дизайн үрдісі және баспа жабдығын механикаландыру тікелей Әр түрлі елдерде графикалық дизайнды дамытуға ықпал етті (1-сурет).



1-сурет (сол жақта) электронды жарықтандыру плакаты АҚШ 1895 (оң жақта) «Елші» театрландырылған қойылым Постер Lautrec France 1892

Батыста заманауи және заманауи графикалық дизайнды шолу

Батыс заманауи графикалық дизайн, ол терең, әлемде әсер нәтижесі болып табылады, бір жағынан қазіргі заманғы өнер графикалық дизайн, терең әсер, заманауи өнер біржақты көркем жанр, бірақ күрделі әлеуметтік ой емес, екі жолмен көрсетуге болады Батыс идеологиясының әсері басқа салаларға да әсер етті. Мұндай Фовизм, кубизм, Сюрреализм, футуризм және Dadaism қарсы дәстүрлі эстетика сияқты жанрларды түрлі қазіргі заманғы өнер, далалық, саяси, мәдени және экономикалық фонда қалыптасады. Батыры, бұл жолы ғана емес, Пикассо (Кубизм), Блейк (Фовизм өкілі) және итальяндық футурист Филиппо Marinetti Tema Суо-ұрпақ ойлау және басқа да суретшілердің негізін қалаушы, және осы мектептердің сияқты болды терең, ғана емес, өнер қозғалыс кезінде әсер кескіндеме, сонымен қатар әдебиет тұрғысынан шексіз ынталандыру және ой әкелді, сәулет, театр, осы дәуір плакаттар, карикатура, суреттерде, кітап мысалдарының графикалық дизайн және газеттер барлық рет үрдісі көрсетуі, әсіресе кубизма кескіндеме техникасы анық графикалық дизайн «Art Deco» стилі көрсетеді, және осы заманауи іргетасына графикалық дизайн болып табылады.

Индустриялық революция әсер екінші жағынан, Еуропа және бүкіл әлем, әсіресе Англо-америкалық өнеркәсіптік технология жаңа технологиялар мен жабдықтарды қарқынды дамуы айтарлықтай, сондай-ақ өндірістік күштерінің дамуына, бірақ олар өнертабыс, жалғастыру, экономикалық даму дәуіріне, түрлі дәрежеде енгізіледі Бұл адамдардың өміріне үлкен әсер етті. Бұл кезеңнің Графикалық дизайн екі көрнекті сипаттамалары, атап айтқанда, өндіру және сату талаптарын қанағаттандыру мақсатында, буып-түю және сыртқы жарнама танымал болды бар, плакаттар мен газеттер көп коммерциялық болуы, әдетте. Екіншіден, әлеуметтік талаптарын бизнес әсері, бірінші қажеттіліктегі және әшекейлер жаңа дизайны үлкен сандар пайда болды.

Американдық дизайнер Графикалық дизайн және ақыр соңында Америка Құрама Штаттары, модерн және өнер мен қоспасын қолөнер стилінде белсенді геологиялық барлау, содан кейін жобалау қоғамдастық үшін тосын әкелді. Сонымен қатар, Шотландияның «Шыны төртеуі» әлемдік графикалық дизайнды дамытуда маңызды рөл атқарды. Венада, ол «Secession» қозғалысын өндірілген; Германия Behrens оның дизайны стилі дүниежүзілік соғыстан кейін әлемдегі негізгі стилі Графикалық дизайн бірі болу үшін, қазіргі заманғы дизайн үлкен үле қосты (2-4 сурет).



2-сурет. Германия / Норго Матиссе. Германия / Ким Кайзер



3-сурет Ұлыбритания / Мартин Шарп, , US / Кагоо



4-сурет Оңтүстік Америка өнері. 1992 Плакат

Париж 1870 жылдары еуропалық бұқаралық ақпарат құралдарының орталығы және заманауи плакаттардың туған орны болды. Француздық постер пионері Юлиус Чарли «үш түсті басып шығару процесін» ойлап тапты, ол басып шығарудың үш жиынтығымен (қызыл, сары және көк) басып шығарады, ол бай өзгерістерді алу үшін қағаз механизмін қолданады. Атап айтқанда, мәтіндік графикамен біріктірілген, плакаттар көзге түседі. Бұл литографиялық плакат формасы кем дегенде бір ғасырға әсер етті және қазіргі заманғы жарнаманың пионері ретінде белгілі.

XX ғасырдың басында атақты неміс сәулетшісі дизайнерлік және конструкторлық білім беру пионері Walter Gropes Баухаус академиясын құрды. Баухаус шамамен жарты ғасыр бойы Еуропаны модернистік зерттеуде әр түрлі елдердегі модернизмді зерттеуге шоғырланды. Голландияның «стилі», бұрынғы совет конструктивизмі, неміс модернизмі, алайда «Баухаус» сияқты эксперименттердің нәтижелері қазіргі заманғы дизайн қозғалысының орталығы болды.

XX ғасырдың ортасында Еуропадағы плакаттар дизайны жаңа көзқарасқа ие болды, әсіресе, «сурет модернизмі» қозғалысы. «Сурет модернистік» қозғалысының, әрбір елдің дизайны өте кең плакат дизайны қозғалысына әсер түрлі бет, «плакат стилі» акциясы ретінде белгілі, Германияда пайда болды [2].

Екінші дүниежүзілік соғыстан кейін корпоративтік имидж дизайны әлем бойынша дами бастады. Кезде халықаралық сауда бәсекелесті рыноктағы гүлденіп АҚШ өнеркәсіптік және іскерлік, кейбір дамушы елдер тұтыну нарығын ынталандыру, көп бояулы әлеуметтік тауарлардың жалпы сомасын арттыру мақсатында, конкурса, технологиялық жетістіктерді және өнімділігін арттыру қатарына қосылды. Бұл үрдіс тауар өндірушілер мен тауар операторларына нарық үлесін кеңейту үшін сапалы тауарларды ұсыну кезінде беделі мен қызметі тұрғысынан бизнесті жүргізудің жаңа жолдарын ашуға мәжбүр етті.

Қайта ұйымдастыру, салдарынан осындай бірігу мен агенттіктер нарықтық бәсекелестік және ішкі бизнес көлемі индуцирленген өзгерістер, интеграция және бейне күштердің біріздендіру түрін іздеуге қажет үшін бірігу, шетелдік бәсекелестікті арттыру мақсатында, қызметкерлердің ішкі бірігуін жақсартатын, өз бейнесін жасау Күш. Жоғарыда аталған жаңа жағдайдағы кейбір ірі кәсіпорындар дәстүрлі өнім жарнамаларынан бас тартып, өнімдердің қосымша құндылығын жасау үшін брендтің тиімділігін жоспарлауға тырысты. 1950-жылдардың басында, Америка Құрама Штаттары IBM компаниясы үшін жүйенің жаңа және бірегей корпоративтік жеке басын куәландыратын символы жобалау, жан-жақты жоспарлау IBM корпорациясының корпоративтік имиджін үшін қорғасын алып, бір монография корпоративтік сурет көрнекі байланыс жазған. «Бірыңғай тану белгісін қайтадан тану арқылы өнімнің фазалық статистикасының математикалық әсері алынады». Америка Құрама Штаттары, Германия және Еуропа елдерінде корпоративтік сурет жобалау үрдістер көтерілуі бастады Кейінірек, 1960 жапондық кәсіпкерлерге қабылдаған, және бизнесті басқарудың біріктірілген, және корпоративтік философия тану жүйесін, корпоративтік мінез-құлық тану жүйесін және корпоративтік көрнекі сәйкестендіру жүйесін құру болды бір, Азия, ТМД корпоративтік бейне тану жүйесін құрайды, ал кейінірек, 1980 жылдардың басында Оңтүстік Корея мен Қытайдың Гонконг, Тайвань, материктік Қытайда өтетін. Бұл күн сайын біз айтып отырған корпоративтік сәйкестілік жүйесінің ТМД-ның стратегиялық жүйесі.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Wang Zhenze, He Xiaohan. Представление и применение графического творчества в дизайне печатной рекламы [J]. 2015 (21)[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.xchen.com.cn/sj/w/pmsj/w/712811.html>
2. Гао Сюэцзян. Анализ применения графического творчества в дизайне печатной рекламы [J]. Drama House. 2015 (17)[Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.xchen.com.cn/sj/w/pmsj/w/704136.html>
3. <https://www.xchen.com.cn/sj/w/pmsj/w/704136.html>