

Бозтай Зәмзәгүл Беккүлқызы

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университетінің
аға оқытушысы

УДК 7.02

ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙННЫҢ НЕГІЗГІ ӨНІМДЕРІ ЖӘНЕ ОНЫҢ ДАМУЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК МӘДЕНИ ФАКТОРЛАРЫ

Аңдатпа: Заманауи дизайн өзінің өртүрлі түрлерімен ұсынылған, олардың ішінде графикалық дизайн ерекше орын алады. Ұзақ уақыт бойы графикалық дизайнның даму тәжірибесі дизайн шеңберінде іске асты, ол кезде арнайы жобалаушылар болған жоқ. Утилитарлы мақсаттарды іске асыратын бланктер, баспалар, тізімдемелер, жарлықтар және т.б. объектілердің жаппай өнеркәсіптік өндірістің пайда болуына дейін өңделген графикалық шешімдері болды.

Abstract: Modern design of various types of graphic design takes a special place among them. Long time experience in the development of graphic design was realized in the design, it is not a special designers. Utility in achieving the objectives, forms, publications, catalogs, orders and other objects have been processed prior to the formation of industrial mass production and graphic solutions.

Құрастырудың басты нысандары фирмалық белгілер, этикеткалар, маркалар, орамдар және т.б. болып табылады. Графикалық дизайн коммерция, коммуникациялар, ойын-сауықтар салаларында кең таралған. Мысалы, жарнамалық графика, плакаттар және афишалар, жарнамалық кітапшалар және хабарландырулар, парақшалар, буклеттер, каталогтар, күнтізбелер, белгілер, жапсырмалар және белгілі бір жарнамалық компаниямен байланысты жобалаудың басқа нысандары.

Графикалық дизайнның ортақ пайдалануына журналдар, жарнамалар, орауыштар және веб-дизайн кіреді. Мысалы, тауардың өнім орауына суретті біртұтас қабылдауға әсер ететін логотип

немесе басқа кескін, ұйымдастырылған мәтін және дизайнның элементтері, пішін мен түс кіруі мүмкін. Графикалық дизайнның ең бір маңызды қасиеттерінің бірі композиция болып табылады. Графикалық дизайнның негізгі өнімдеріне келесілер жатады:

- Кітап макеті мен иллюстрациялар;
- Жарнамалық және ақпараттық плакаттар;
- Пошталық маркалар мен открыткалардың графикалық шешімі;
- DVD дискілер мен грампластинкалар;
- Компанияның корпоративті (фирмалық) стилі мен оның негізгі элементтері — логотип, буклет, брошюралар, күнтізбелер және басқа да жарнамалық баспа өнімдері;
- Орау, этикетка, мұқаба;
- Кәдесый өнімдері;
- Интернет сайттар.

Иллюстрациялар деп - сурет, фотосурет, гравюра немесе мәтінді сипаттайтын және басқа да суретті айтамыз.

Иллюстрациялар, кітапта сипатталған нысандарды демонстрациялау, суреттелген кейіпкерлерді визуалдау, көркем шығармалардағы эмоционалдық атмосфераны және т.б. беру үшін қолданылады.

Плакат ұғымы бізге француз тілінен келген, ол хабарлау, афиша, жапсыру деген мағынаны береді, әдетте, қысқа мәтін сүйемелдеуімен, оқу, ақпараттық, жарнамалық және үгіт мақсатында жасалған ірі форматтағы кескін. Заманауи дизайнда плакат «замандасқа нақты шешімдер мен тұжырымдар жасауға арналған, айқын визуалды хабарлама формуласына біріктірілген» ретінде қабылданады. Бұл формула графикалық дизайнның белгілі бір деңгейін көрсетеді және заттың байланысы жөнінде ақпарат береді [1].

Компанияның корпоративті стилі мен оның негізгі элементтері – логотип, визитка карточкасы, буклет, брошюралар, күнтізбелер және басқа да

жарнамалық баспа өнімдері.

Графикалық дизайн фирмалық стилді құрастыруда ерекше рөл ойнайды, оның негізгі мақсаты – кәсіпорынмен, оның әрекетімен және өнімімен байланыстының барлығының белгілі бір және тұрақты есте қалатын көру образының пайда болуы. Фирмалық стильдің негізгі элементтері – логотип, шрифт, түс гаммасы, композициялық принциптер – кең салаларды қамтуы мүмкін – стандартты минимумнан бастап (фирмалық бланк, конверт және визит карточкасы) фирманың барлық құжаттамасын графикалық рәсімдеуге, оның жарнамасына, транспорттық құралдарын рәсімдеуге, фирманың интерьерлерінің көркем-стилистикалық шешіміне, қызметкерлердің киімдерінің үлгілеріне және т.б. дейін.

Барлық қажетті фирмалық стилдегі түпнұсқа-макеттермен жеке элемент файлдар фирмалық полиграфикалық, жарнамалық немесе сувенирлік өнімдер, сонымен қатар ішкі құжаттық айналымда Интернет жүйесінде фирмалық стилдегі элементтерді пайдалану CD-ROM дисклерінің барлық форматтарында жазылуы керек.

Фирмалық стиль компанияның бетке ұстары және тұтынушылардың компания мен оның өнімдеріне деген алғашқы пікірін анықтайды.

«Логотип» - белгі немесе саудалық таңба. Логотип – белгіден, иллюстрациядан, және/немесе графикалы баспалық безендірілуден тұрады. Кәсіби шебер жасалған логотиптің көптеген артықшылықтары бар. Компания үшін логотип ең негізгі заттардың бірі болып табылады. Кәсіби шебер жасалған логотип сіздің бизнесіңізге жаңа сатып алушыларды тартады және олардың сауда белгісіне деген сенімін арттырады, себебі ол тәулігіне 24 сағат жұмыс істейді. Логотип компания дара меншігінде орталық орынды алады. Логотиптің жеке немесе бірлескен түрде қолдануға болатын негізгі үш түрі бар:

1. Иллюстративтік (компания іс-әрекетін

иллюстрлейді);

2. Графикалық (жиі абстракты немесе жалпылама компания іс-әрекетін көрсететін, өзіне график элементтерін енгізген);

3. Мәтіндік (компания іс-әрекетін ұсынатын мәтін).

Басты мақсаты – назарды аударту, ұстап тұру және созу. Корпоративті логотип – компания дара меншігінің жүрегі. Онсыз бренд жасау мүмкін емес.

Қазіргі заманда бизнес болсын, өнер болсын, барлық салада табысты адамның имиджін жасау өте маңызды болып табылады. Имидж сыртқы пішін (үйлесімді киім, сәнді шаш, аксессуарлар), мінез-құлық, салмақты сөз және т.б. бірнеше құрастырушылардан, басқа да көп факторлардан қалыптасады. Бұлардың қатарына визитка және тіпті кішкене әмиян, күнделік сияқты болмашы бөлшектер де кіреді. Визитка немесе визит карточкасы – бұл өзін таныстыратын адамның, не болмаса компанияның міндетті атрибуты ретінде қалыптасқан. Ол сіз және сіздің мекемеңіз туралы мағлұмат беретін шағын жарнама болып табылады. Визитка өз иесінің мәртебесін қамтып көрсетуге, ол туралы барлық маңызды мәліметті бейнелеуге атсалысатын маңызды құралдың бірі.

Ең алдымен визиткаға қоятын талаптың бірі - көрнекі, көзтартарлық болу. Визит карточканы қолына алған адам бірінші кезекте онымен қарым-қатынас және визуалды байланысқа кіреді. Визитканың тартымдылығы, сапасы, көркемділігі сынға түседі, оған жүктелген мақсаты айқындалады. Көзтартарлық сыртқы түрінен, сапалы материалмен жоғары деңгейде баспада орындалуынан басқа, визит карточкасы иесі немесе ол ұсынатын фирма туралы қысқа, айқын және сонымен қатар барынша толық мәлімет беру керек.

Визиттік карточкаларының үш түрі болады, олар:

– Корпоративтік (компанияның аты,

айналысатын жұмысы, контактілі координаттары)

– Іскер (компанияның аты, иесінің аты-жөні, қызметі, телефон, факс, сайт т.б.)

– Жеке (аты-жөні, телефон) [2].

Буклеттер – бір фирмаға немесе тауарға арналған арнаулы басылым. Буклеттерде жарнамалық мәтінмен бірге фотографиялар мен фирма тарихының бір дерегін, оның жеке мүшелерін, демеушілерін немесе басқа акцияларын атайтын, елдің саяси немесе экономикалық өміріне араласатын жайттарды орналастыруға болады.

Күнгізбелер – жарнамалық полиграфияның ең танымал түрі.

Кәдесый өнімдері – корпоративтік жеке басын кәуәландыратын элементтері бар, серіктестер мен клиенттерге ұсынуға арналған зат немесе элементтер жиынтығы болып табылады. Оларға, мысалға, бас киім, қалам, қаламсап, кружка, визиттік карточка, футболка және т.б. жатуы мүмкін.

Интернет-сайттар (веб-сайт, электрондық өкілдігі, Интернет өкілдігі) - мәтіндік, графикалық және мультимедиялық ақпаратты қамтитын (анимация, видео және т.б.), бөлімдер бойынша топтастырылған өзара байланысты электрондық беттер жиынтығы. Сайт Ғаламторда белгілі бір мекен-жай, яғни домен атауы (www.enu.kz регінде) бойынша орналасады. Пайдаланушылар үшін ақпараттық ресурстың тәулігіне 24 сағат үзіліссіз, демалыссыз, қол жетімді болуы.

Графикалық дизайнның қалыптасу динамикасы ХІХ ғасырдың соңынан сипатталады, ол көптеген елдердегі қоғамдық өмірдің шаруашылық-экономикалық тұрақтылығының өзгеруімен байланысты болды. Елдер арасындағы сауданың дамуы, тауарлық-ақшалық қатынастардың өсуі этикетка, бланк, тауарлық белгілер және т.б. графикалық объектілердің қажеттіліктерін асырды.

ХІХ жүзжылдықта «афиша» термині кең пайдаланылды, ол жаппай баспалық тауардың

өндірісі қарқынан көрсетті. Ресейде афиша ашық жерге ілінетін және сол кездегі «кез-келген жаппай баспа тауарын» сипаттау үшін пайдаланылған хабарламаны білдірді.

Графикалық дизайнның қалыптасуындағы ерекше рөлді Ресейде плакат ойнады. «Плакат» терминінің пайда болуы «афиша» терминімен ұқсас. Кейінгі латындық placatum сөзінен пайда болып (аудармасында хабарлама деген мағынада), плакат көріністік жарнама, агитация, білімді насихаттау, нұсқаулық және т.б. құралына айналды.

ХХ ғасырдың басында образды-мәнерлі объектінің таратылуы – графикалық дизайнды анықтау үшін маңызды болды. Плакаттар жалпы халықтың назарына берілетін, полиграфиялық әдіспен көбейтілетін құрал болды. Ол плакатқа өзінің қол жетімділігінің арқасында сұранысты арттырды. Сонымен қатар, плакат көпшілік көрермендерге эмоционалдық қатынас көрсете алатындығынан да кең пайдаланылды.

Осылайша, біздің мемлекетіміздегі графикалық дизайнның қалыптасуы ең алдымен суретшілердің плакат саласындағы кәсіби шығармашылығымен байланысты болды.

1920 жылдардың басынан бастап күнделікті әдетте «полиграфия», «жарнамалық графика», «индустриалдық графика», «жаппай графика», «қолданбалы графика» терминдері пайда болды [3]. Олардың барлығы сәнді және утилитарлы қызметтерді атқаратын күнделікті тұрмыстың көркемөнерлік заттары саласына кірді.

Бұл кезеңде графикалық нысандардың түрлі типологиялары ұсынылды. Қолданбалы графиканың типологиясы құрамына:

– ресми графика (ақшалық белгілердің, елтаңбалардың, эмблемалардың, пошта маркаларының, мөрлердің және т.б. өңделуі);

– өндірістік графика (орама, этикетка және т.б.);

— анықтамалық-мемориалдық графика (көрнекі құралдар, бұйымдарға арналған жетектеуші нұсқаулық материал) жатады.

Жаңа әлеуметтік-экономикалық шынайылық графикалық дизайн саласындағы жана мәселелердің пайда болуына негізделеді:

— концерндердің және «конгломераттардың» бәсекелестік күресіне алып келетін өндірістің және өтімнің шоғырлануы, фирмалық стильді құру міндетін анықтады;

— саудадағы өзіне-өзі қызмет көрсету жүйесінің кең таралуы, сатып алушының тауарды тәуелсіз таңдауы, тауарды пошта арқылы ұсыну орамаларға деген талаптарды арттырып, жарнамалық көшелер мен каталогтардың жүйесіне жана тәртіптер орнатты;

— нарықты тауарларға толтыру жарнаманың алдында сатып алушыны жаңа тауарды сатып алуға ғана мәжбүрлемей, бар тауардың орнын басуға тартты.

Графикалық дизайн өнердің ең әмбебап түрі болып табылады. Сонымен қатар графикалық дизайн – ол сөздер мен образдардың қосындысы. Графикалық дизайнның негізгі міндеті – ақпаратты визуализациялау, ақпаратты беру және коммерциялық графикалық дизайнда – сатылымды немесе қызметті жасауға итермелеу, ал ұзақ мерзімді мақсатта – компанияның, брендтің он

образын қалыптастыру.

Графикалық дизайн - тиімді және үйлесімді визуалды-коммуникативті ортаны құрудағы көркем-жобалық қызмет болып табылады.

Графикалық дизайн көркем-жобалау әрекеті болып табылады, оның мақсаты жаппай тарату (полиграфия, теледидарлама, кино, ғаламтор арқылы) үшін арналған ақпаратты визуализациялау, сонымен қатар бұйымдардың және заттық ортаның (мысалы: жол белгілерін, көрмелердің, витриналардың графикалық шешімі) графикалық элементтерін құру болып табылады. Графикалық дизайн ақпаратты визуализациялаумен айналысатындықтан, оны визуалды немесе коммуникативті дизайн деп те жиі атайды.

Әдетте, графикалық дизайнның түрлерін 1-ші суретте көрсетілгендей нысанға байланысты жіктейді: кітаптардың, журналдардың, газеттердің графикалық дизайны (немесе көпбетті және кезеңді басылымдардың дизайны); плакат; визуалды коммуникация және тауарларды орауға арналған көрнекі шешімдер, фирмалық стилді құрастыру (брендбук, логотип, фирмалық белгілерді құрастыру бойынша жұмыс), теледидарлық графика, веб-дизайн, суперграфика (қала ортасының ірі ауқымды графикалық элементтері), типографика, қаріптер мен каллиграфия (мерзімді баспа басылымдар мен кітаптар дизайны),



Сур. 1 – Графикалық дизайнның жіктелуі.

Графикалық дизайнның пайда болуының ресми мерзімі 1964 жыл болып саналады. Цюрихте ICOGRADA алғашқы конгресі болды Графикалық дизайн ұйымдарының халықаралық қоғамдастығы. Онда графикалық дизайнер мамандығының спецификасы талқыланды. Сонымен қатар оның басқа дизайнерлік мамандықтар арасындағы орны айқындалды. Мамандық дәрежесінің және оның міндеттерінің анықталуы графикалық дизайнның дамуында маңызды рөл атқарады.

Графикалық дизайнның дамуының әлеуметтік мәдени факторлары.

Тұтынушы фактор – графикалық дизайнның коммерциялық өнімдері, негізінен жарнама, жалпы қоғамның санасын реттемелеудің мықты құралы болып табылады. Жарнама жасаудағы жетістік, нарықта бір затты «жүргізуге» талпыныс: фирманы, қызмет немесе тауар, бәсекелік қабілеттілікті арттыратын, танылу мен сұранысты көбейтетін жеке ерекшеліктермен толтыру, барлығы кешенді жарнамалық жобаны құруға

байланысты және оның құрамдас элементтерінің біріне визуалдық шешім жатады. Жарнама графикалық дизайнның нысаны ретінде алғашқы кезекте нарықтық жетістікті қамтамасыз етуге бағытталған. Ол сатылымдардың сандық көрсеткіші арқылы анықталады. Дизайнер жасайтын бұйымдар және сауданы реттемелеу құралдарына айналады және белгілік-символикалық қызмет атқарады. Жаппай мәдениеттегі адам ең алдымен тұтынушы ретінде қабылдап, тұтыну оның қызметінің негізгі формасына айналады [4].

Осылайша, графикалық дизайн, дизайнның дамуының қаржылық-экономикалық стратегиясына бейімделіп (пайдаға бейімделу, маркетингтік зерттеулерді белсенді пайдалану, модалық тұтыну идеологиясын орнату, жарнаманы жаппай тұтыну, стратегияның экономикалық құндылықтарға бағыттылығы), өндірушінің коммерциялық сәттілікке жетуге, байытуға бейімделеді, белгілі психологиялық орнатылымдарға, жаппай

тұтынушылардың жасырынды қажеттіліктеріне сүйенеді.

Мәдени-символикалық фактор – бұл аспект қазіргі заманғы визуалдық тілге мағына беру үшін ұсынылады. Себебі «графикалық дизайн ақпараттар әлемімен жұмыс істейді, ақпараттар әлеміне визуалдық форма береді» [5].

Графикалық дизайнның кең ауқымды дамуымен визуалдық объектілер адамға қол жетімді болады, нақтырақ айтқанда, оның күнделікті пайдалануына жол ашты. Графикалық дизайн жаппай ақпарат саласында мықты позицияларды иеленеді. Оның объектілері жарнамада, кинода, теледидарда, баспа қызметінде және т.б. кеңінен пайдаланылады. Адамдардың теледидарда, сыртқы жарнама, баспа тауар және т.б. арқылы қабылдайтын визуалдық объектілерінің алмасу жиілігі мен саны үлкен көрсеткіштерге ие.

Компьютерлік графиканың дамуы, жарнама роликтерінің құрылуы жаңа қанық формалардың пайда болуына және визуалдық мәдениетті дамытуға үлкен ықпал етеді [6].

Графикалық дизайн адамдардың объектілерге ие болуға деген талпынысын арттырады. Себебі ол объектілер біздің әлеуметтік дәрежеміздің символдары болып табылады. Ал графикалық дизайн адамның сәнді заттардың болуына немесе болмауына психологиялық қатынасын пайдаланады. Объектінің құндылығы дизайнердің жеке сипаттамаларымен байланысты болуы мүмкін (жеке стиль, танымал атау және т.б.), не болмаса тұтынушының (жеке тұлғалылық, дәреже, әлеуметтік топ және т.б.). Зат ең алдымен өзінің белгілік функциясымен қызмет етеді.

Жарнамалық дизайн, «көрсеткіштік тұтынуға» сүйене отырып, объектінің «белгілік» принципін жетекшілікке ала отырып, әлеуметтік және қаржылық жағдайда көрсетегін бейнесін пайдаланады. Тұтынушылардың мәдени

талғамдары дамуда, қаржылық жетістікте қанағаттануға бағытталуы мүмкін.

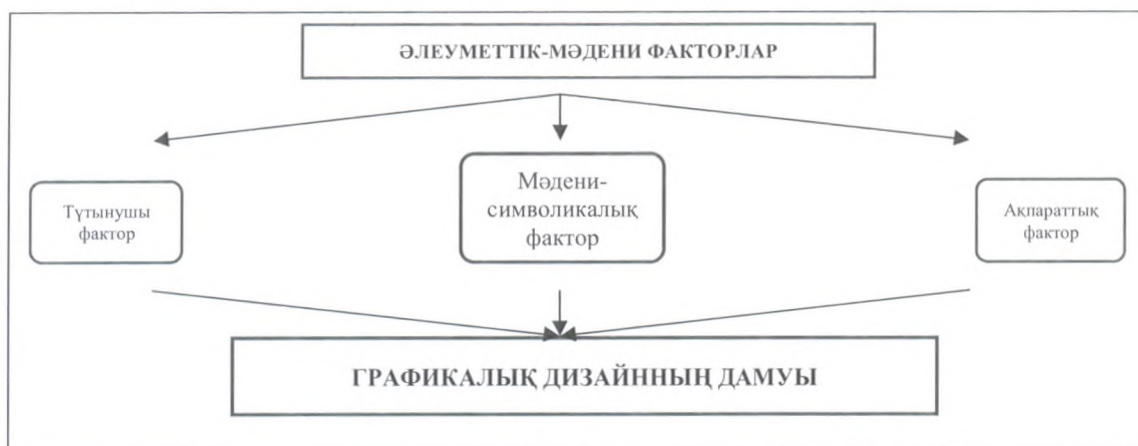
Ақпараттық фактор жарнаманың тұтынушылары (ең алдымен теледидарлық) қатарына жататын халықтың көп бөлігі оны өздерінің бос уақытында қабылдайды [4, 121 б.].

XXI ғасыр барлық индустриалды дамыған мемлекеттердің азаматтарының бос уақыттарының көбеюімен сипатталады. Ол өндірісте те, тұрмыста да пайдаланылатын машиналардың есебінен болады, сонымен қатар қызметтер саласының дамуымен де байланысты болып келеді. Өмірдің заманауи техникалық қамтылуы бос уақытқа таратылады, «адамның толық жұмысбастылығы» әсерін құрайды. Демалысқа мұқтаждық барлық адамдарға сипатты, адамдар, өздерінің істерінен босай отырып, оны тек саяхаттармен емес, театрларға барумен, кітап оқумен ғана емес, Ғаламтор ресурстары мен теле бағдарламаларды қараумен өткізгісі келеді.

Бұқаралық ақпарат құралдары адамдарды шоғырландырады. Олар дәстүрлі байланыстарды, жиналыстар мен кездесулерді ығыстырып, жеке қатынасты теледидар немесе компьютер арқылы қалыптастырады.

Дамыған ақпараттық қоғам коммуникация мүмкіндіктерін транспорттық мәселелерсіз, топтардың жинақталуынсыз қамтамасыз етеді. Заманауи ақпараттық технологиялар ақпараттың барлық каналдарын интерактивті режимге жинауға көмектеседі (мәтін, сурет, анимация, дыбыс), ақпаратты сақтаудың, трансляциялаудың, тираждаудың жаңа мүмкіндіктерін ашады және Ғаламторды бірыңғай ақпараттық ортаға айналдырады.

Жоғарыда айтылған, **графикалық дизайнның дамуындағы әлеуметтік-мәдени факторларды 2–ші суретте схема түрінде көрсеттік.**



Сур.2 – Графикалық дизайнның дамуының әлеуметтік мәдени факторлары

Графикалық дизайн заманауи ақпараттық ортаның ажырамас құрамдасы, оның мәдениетті визуалды түрде іске асыратын қажеттіліктерін қанағаттандырушы болып табылады.

Мәдениет саласында басым рөл атқаратын визуалдау қызметі графикалық дизайнмен тығыз байланысты. Визуалдық тілдің тез қабылдануы, көріністік қасиеті, жеткізушілік қасиеті тұтынушының назарын аударып, ақпаратты нақты көрсетуге мүмкіндік береді.

Жоғарыда аталып кеткенге сәйкес, графикалық дизайн көп ғасырлық дәстүрлердің жалғастырушысы және дизайнерлік шығармашылықтың ең көп таралған түрі деген қорытынды жасауға болады.

XX ғасырдың басында жарнамамен бірге екінші демге ие болған қолданбалы графикалық өнер қазіргі таңда қоғам өмірінің барлық салаларын қамтиды. Коммуникативтік тармақ кітаптық және плакаттық көркемдеу, орама шешіміне, этикеткалар мен фирмалық белгілерге, фирмалық стильдердің дәстүрлі түрлеріне қосылды (ғимараттардың интерьеріне, елді мекендер кеңістіктерінде, жолдарда). Компьютерлік технологиялардың дамуымен теледидардағы арнайы қойылымдар, жарнамалық роликтер, Фаламтордағы Web-sites, ал соңғы он жылдықта – компьютерлік дизайн пайда болды. Компьютерлік дизайн ертеде қалыптасқан

дизайнерлік жобалауға қызмет көрсететін қолданбалы жағдайы саласынан шығармашылықтың өзіндік түріне ауысады, оның құрамына Фаламтордағы Web-site байланысы бар бағыттар кіреді [7].

Пайдаланған әдебиеттер:

1. Лисьев Г.А. Подготовка будущего учителя к педагогическому мониторингу с использованием современных компьютерных и информационных технологий: дисс... канд. пед. наук, – Магнитогорск. 2000. – 176 с.
2. Бозтай З.Б. Компьютерлік графика: Оқу құралы. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2014. – 118 б.
3. Райн Х. Самый полный справочник. Графический дизайн. – М.: Астрель, АСТ, 2008. – 192 с.
4. Воронов Н.В. Дизайн: русская версия / Под ред. Г.В. Вершинина. – М.: Тюмень, 2003. – 208 с. илл.
5. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? / пер. с англ. И.В. Павловой. – М.: АСТ: Астрель. 2005. – 255 с.: ил.
6. Яцюк О.Г. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий. СПб. – БХВ-Петербург, 2004. – 240 с.: илл.