



Парфенон, Афины,
447–432 гг. до н. э.

Задача дизайнера

Ошибкой было бы думать, что задача графического дизайнера при создании «качественной компоновки»¹ заключается лишь в удачной организации случайных элементов. Подразумевается, что этого можно достичь простым перемещением имеющихся предметов по кругу, пока не произойдет нечто. В лучшем случае эта процедура отнимет время ввиду неопределенности метода проб и ошибок, в худшем — оставит зрителя безразличным к замыслу и порядку или дисциплине.

1. Термин «компоновка» употребляется здесь ввиду своей общепризнанности. Однако зачастую компоновка пренебрежительно трактуется как схематическое представление проекта. Я бы предпочел использовать слово «композиция», в том же значении, в каком оно служит в живописи.

2. Описание мыслительных процессов художника, создающего предмет искусства, можно найти в книге Р. Виленски, *The Modern Movement in Art*.

Как правило, дизайнер приступает к работе не с какой-то заранее обдуманной идеей. Наоборот, идея становится (или должна становиться) результатом тщательного изучения и наблюдения, а дизайн — продуктом этой идеи. Поэтому, чтобы найти эффективное решение проблемы, дизайнер должен реализовать некий мыслительный процесс². Сознательно или бессознательно, он анализирует, интерпретирует, формулирует. Он хорошо осведомлен о научном и технологическом прогрессе в своей и смежных областях. Он импровизирует, изобретает или открывает новые техники и комбинации. Он организует и объединяет материал таким образом, чтобы заявить о проблеме посредством идей, знаков, символов, изображений. Он унифицирует, упрощает и устраняет излишества. Он символически представляет — абстрагируется от материала посредством ассоциации и аналогии. Он активизирует и усиливает символ соответствующими деталями, чтобы достичь ясности и вызвать интерес. Он рисует, руководствуясь инстинктами и интуицией. Он думает о своем зрителе, его чувствах и пристрастиях.

Изначально дизайнер сталкивается с тремя видами материала:

- а) имеющийся материал: продукт, текст, слоган, логотип, формат, СМИ, процесс производства;
- б) формальный материал: пространство, контраст, пропорция, гармония, ритм, повтор, линия, множество, форма, цвет, вес, объем, величина, текстура;
- в) психологический материал: проблемы визуального восприятия и оптической иллюзии, инстинкты, интуиция и эмоции зрителя, как и потребности самого дизайнера.

Поскольку предоставляемого дизайнеру материала часто недостаточно — он неубедителен и неинтересен либо иным образом не подходит для визуальной интерпретации, — задача дизайнера состоит в переформулировании проблемы. Это может потребовать отказа от данного материала или пересмотра его большей части. Анализируя (разбивая сложный материал на простейшие компоненты по категориям «как», «зачем», «когда» и «где»), дизайнер ставит перед собой задачу.