

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.5.40>

Овчинникова Раиса Юрьевна

**ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

В статье рассматривается имеющийся опыт процесса институционализации графического дизайна, оказывающий влияние на его методологию. В работе обосновывается необходимость парадигмального подхода в изучении дизайн-графики. Представлена авторская позиция о значении парадигмальной модели для объяснения современного состояния дизайн-графики и её перспективного развития. Автором аргументируется идея о преимущественной роли в процессе проектирования принципа реализации коммуникационной задачи в контексте визуальной культуры и современных информационных технологий.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/9/2019/5/40.html](http://www.gramota.net/materials/9/2019/5/40.html)

Источник

**Манускрипт**

Тамбов: Грамота, 2019. Том 12. Выпуск 5. С. 188-192. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/9.html](http://www.gramota.net/editions/9.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/9/2019/5/](http://www.gramota.net/materials/9/2019/5/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [hist@gramota.net](mailto:hist@gramota.net)

# Техническая эстетика и дизайн

## Technical Aesthetics and Design

---

УДК 7.012.23

Дата поступления рукописи: 10.02.2019

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2019.5.40>

*В статье рассматривается имеющийся опыт процесса институционализации графического дизайна, оказывающий влияние на его методологию. В работе обосновывается необходимость парадигмального подхода в изучении дизайн-графики. Представлена авторская позиция о значении парадигмальной модели для объяснения современного состояния дизайн-графики и её перспективного развития. Автором аргументируется идея о преимущественной роли в процессе проектирования принципа реализации коммуникационной задачи в контексте визуальной культуры и современных информационные технологий.*

*Ключевые слова и фразы:* графический дизайн; институционализация графического дизайна; визуальная культура; парадигма; коммуникационный дизайн; технологии проектного процесса.

**Овчинникова Раиса Юрьевна**, к. искусствоведения, доцент  
Омский государственный технический университет  
[O-R-U@mail.ru](mailto:O-R-U@mail.ru)

### ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В КОНТЕКСТЕ ВИЗУАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ И НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В характеристике графического дизайна в настоящее время существуют две позиции. В одной из них дизайн-графика представлена как деятельность, востребованная жизнью и отвечающая современным потребностям человека. Это подтверждено очевидными успехами в практике дизайна, о чём свидетельствует увеличение числа выставок, выпуск большого количества альбомов иллюстраций оригинальных дизайн-объектов [7, с. 4]. Другая позиция указывает на кризисное состояние, сложившееся в художественно-проектной деятельности графического дизайна, несмотря на расширение пространства решаемых задач [4]. Одной из причин столь противоречивых оценок является недостаточная освещённость теоретико-методологических вопросов дизайн-графики в связи с тем, что практика графического дизайна опережает его теоретическое осмысление [3, с. 9].

Наличие данных точек зрения свидетельствует, прежде всего, об актуальности теоретического исследования графического дизайна в условиях перемен, происходящих в сфере визуального опыта. В рамках данной статьи обратимся к раскрытию теоретико-методологических основ дизайн-графики как относительно самостоятельной отрасли гуманитарных исследований. В этой связи, опираясь на практические достижения профессионального сообщества графических дизайнеров, охарактеризуем становление методологии дизайн-графики как парадигмы, объясняющей особенности не только современного проектного процесса, но и его перспектив. В связи с тем, что область современного графического дизайна разнообразна и сложна, важно выявить основные принципы парадигмальной модели с тем, чтобы определить их соотносённость друг с другом в процессе проектирования во временном контексте. Иными словами, как меняется дизайн? Существует ли нечто в графическом дизайне, что с необходимостью должно сохраняться?

Как известно, термин «графический дизайн» был введён У. А. Двигинсом в 1922 г. Однако его широкое распространение произошло в 50-е годы XX столетия. (До этого времени графические дизайнеры назывались «коммерческими художниками».) Принимая во внимание это обстоятельство, зададимся вопросом, какие факторы оказали влияние на становление профессии графического дизайнера, определив её проблемное поле. В этой связи важно обнаружить круг видов деятельности дизайнера и способов взаимоотношений в профессиональном сообществе. Любая профессиональная деятельность осуществляется субъектами, которые объединяются для решения профессиональных задач, что приводит к необходимости создания различных форм социальных объединений. Подобные процессы совершаются и в сфере графического дизайна. Начиная с середины XX века, формируются организационные структуры, регулирующие сферу профессиональной деятельности графических дизайнеров. Так, в 1964 г. в Цюрихе произошло формирование Всемирной организации по графическому дизайну. Она получила название Международный совет ассоциаций графического дизайна (ICOGRADA), в котором определен профессиональный статус дизайнера. В 2011 г. произошло переименование ICOGRADA в Международный союз дизайнеров ICO-D, тем самым отразившее расширение

сферы графического дизайна в век новых средств массовой информации. Логически первый шаг в осмыслении роли ICO-D, представляется, должен состоять не в описании формальной структуры данной организации, а в анализе её содержательной деятельности. Нас интересует совокупность выработанных установок, принципов и ценностей, регулирующих деятельность графических дизайнеров.

Отводя в рамках статьи внимание содержательной стороне деятельности профессионального сообщества графических дизайнеров, определим совокупность принципов, благодаря которым достигается принадлежность к профессии. В 2013 г. Международный союз дизайнеров, подчеркивая постоянное развитие и динамику профессии, определил статус и роль профессии: «... профессионально подготовленный дизайнер создает визуальную, материальную, пространственную и цифровую среду, осознавая опыт, используя междисциплинарные подходы в теории и практике дизайна. Дизайнер превосходит культурные, этические, социальные, экономические и экологические последствия своих действий, как в коммерческой, так и в некоммерческой сферах. И принимает на себя ответственность перед людьми и планетой. Дизайнер разделяет нормы этики дизайнерской профессии» [17]. Как видим, профессия графического дизайнера рассматривается в трёх аспектах. Во-первых, дизайнеры являются носителями специальных знаний, благодаря которым их деятельность носит продуктивный характер. Во-вторых, необходимость оценки их профессиональной деятельности предполагает наличие критериев, на основании которых устанавливается соответствие дизайн-продуктов заданным параметрам. В-третьих, решая теоретические и практические проблемы, необходимо использовать междисциплинарный подход, учитывая важность взаимодействия с другими областями науки и практики. Показательно мнение Дж. Барнбука, известного английского графического дизайнера: «Я стараюсь держаться подальше от чужого дизайна. Мне больше нравится находить интересные идеи в других областях: в литературе, архитектуре, музыке, а затем применить находку в дизайне» [Цит. по: 2, с. 126].

Если за точку отсчёта деятельности Международного союза дизайнеров (2011 г.) принять появление Всемирной организации по графическому дизайну (1964 г.), обращает на себя внимание, что организация продолжает оставаться устойчивым образованием, разделяющим определённую систему ценностей, в том числе и этические нормы профессионального сообщества.

Это обстоятельство свидетельствует о том, что путём накопления эмпирического материала произошло расширение сферы применения графического дизайна. Сегодня в повседневной жизни человек встречается с огромным количеством объектов дизайн-графики. При этом графический дизайн не ограничивается только рамками особой практики проектирования, но и является теоретической дисциплиной. Следует отметить, что в графическом дизайне как теоретической дисциплине осуществляется поиск особой парадигмы, состоящей из набора понятий и технических средств и приёмов, позволяющих решать фундаментальные задачи. В графическом дизайне, как и в любой развитой научной дисциплине, может существовать несколько парадигм. Отталкиваясь от позиции Т. Куна, что парадигмы возникают только в развитой теории, современный этап теории графического дизайна уместно определять как допарадигмальный [9, с. 353]. Однако и на нынешней ступени графического дизайна можно обнаружить совместимые точки зрения теоретиков и практиков дизайн-графики по ряду вопросов, которые задают направление исследовательской деятельности дизайнеров. Основные идеи, на наш взгляд, таковы:

1. *Коммуникативность как цель проектирования.* Именно этот функциональный аспект качественно определяет продукты графического дизайна и позволяет их отличать от эстетически ориентированных объектов искусства. На необходимость включения коммуникативного аспекта в характеристику указывают многие исследователи дизайна, связывающие функционирование современного графического дизайна с необходимостью решения коммуникативной задачи. Это обусловлено тем, что современная дизайн-графика ориентирована на осуществление массовой коммуникации [12, с. 149]. Итак, в качестве исходного положения в исследовании графического дизайна будем опираться на утверждение, что «графический дизайн» – это «коммуникационный» дизайн.

2. *Визуальность – сущностная характеристика дизайн-графики.* Обратимся к описанию продуктов деятельности графических дизайнеров, как это представлено в определении Международного союза дизайнеров (2013 г.). В данном определении «визуальная среда» названа в ряду других характеристик, таких, как «материальная», «пространственная», «цифровая». Данное обстоятельство не умаляет роли «визуального» в отношении графического дизайна. Прежде всего, потому что понятие «визуальность» является родовым по отношению не только к коммуникационному (графическому) дизайну, но и к культуре в целом. Визуальная культура является отдельной областью культуры, в рамках которой происходит создание объектов, относящихся к непосредственному зрительному восприятию или к восприятию с помощью особых приборов. Потребление и истолкование визуальной информации приобрело широкие масштабы в условиях индустриального общества и продолжает усиливаться в век информации. Многие мыслители указывают на возрастающее значение визуальной составляющей в человеческом опыте последних десятилетий, называя это фундаментальным событием эпохи. В этой связи Д. Кроул отмечает: «Визуальная культура, тесно связанная с повседневной жизнью, является особенностью современного общества» [14, р. 17].

Визуальная культура существует в системе «общество – экономика – культура», что обуславливает необходимость учёта и реализации объективных социальных и гуманитарных ценностей в проектно-процессе. Средства визуальной организации графических объектов позволяют не только воспроизводить, но и «оспаривать» ценности, регулирующие отношения в социуме. В этих условиях особую важность в проектировании приобретает проблема культурной значимости дизайн-объектов. М. Барнард отмечает, что не следует отождествлять визуальную культуру с любыми результатами человеческой деятельности, имеющими визуальный характер, а только с теми, которые обладают «культурной значимостью» [13, р. 14]. В. Минаев определяет «культурную значимость» как «концептуальное понятие, которое включает эстетическую,

историческую, научную (исследовательскую), социальную, экономическую ценность и концепцию преимуществ нематериального характера» [10]. Экстраполяция данного определения на объекты дизайн-графики позволяет выявить ценностный аспект в их характеристике. Иными словами, плоды дизайнерской деятельности приобретают культурную значимость и становятся объектами визуальной культуры в том случае, если они, реализуя функциональные цели, утверждают профессиональные ценности. В этом аспекте визуализация культуры – эстетическое воспроизводство действительности, культурных форм, удобных для зрительного восприятия [11, с. 23]. С. Даниэль называет широкий спектр объектов такого рода. К ним он относит кино, телевидение, концептуальное искусство, “public art”, рисунок, фотографию, живопись, театр, видео-арт, рекламу, рекламные ролики, дизайн, web-дизайн, видеоигры, моду, граффити и т.д. [6, с. 113]. Как видим, дизайн также представлен в этом ряду.

Зададимся вопросом: в каком смысле можно говорить о связи визуальной культуры и графического дизайна? Обращение к истокам теоретического изучения графического дизайна свидетельствует о том, что становление научных способов объяснения дизайн-графики осуществлялось в контексте визуальной культуры. Эта позиция в отечественном искусствознании получила обоснование в 60-е гг. XX века. Она представлена в исследованиях О. Генисаретского и Е. Черневич, обозначивших стратегическое направление научных исследований проблем дизайна в «контексте визуалистики» [4, с. 346]. Другими словами, в изучении графического дизайна был задан определённый исследовательский вектор, имеющий ряд параллелей с исследованиями визуальной культуры. А именно: визуальная культура, а не только культура в широком смысле слова, является отправным пунктом в характеристике графического дизайна.

Установка на визуализацию обусловила развитие культуры и дизайна и привела к широкому употреблению не только термина «визуальная культура», но и других, таких, как «визуальный дизайн», «визуальное решение» и др. Так, У. Боуэн предлагает именовать информацию, представленную в графической форме, «визуальными высказываниями» [1, с. 19]. Объекты графического дизайна со свойственной им визуальной выразительностью, пишет Р. Холлис, окружают нас повсюду [16, р. 7]. Следуя этой точке зрения, можно утверждать, что благодаря универсальному языку графического дизайна, «задействующему» чувственные восприятия потребителей, визуальные сообщения наделяются определённым контентом, обеспечивая наглядный взгляд на мир. Как было отмечено, способы визуализации дизайн-объектов подчиняются динамическому укладу общественной жизни. Как известно, начало XX века – это время, когда художники осваивали дизайн-графику, продолжая традиции искусства (А. Тулуз-Лотрек, Э. Лисицкий, А. Родченко и др.). С середины XX века появляется потребность в создании информационных продуктов средствами дизайн-графики для системы маркетинговых коммуникаций. Однако визуальная выразительность не утрачивает своего значения в проектировании дизайн-объектов. Несмотря на то, что современный графический дизайн реализует визуальные средства, ориентированные на массовую аудиторию, художественная традиция, как замечает С. Серов, в творчестве отдельных дизайнеров остаётся «местом встречи искусства и дизайна» [Цит. по: 7, с. 16]. Итак, несмотря на единый процесс формирования визуальных сообщений, в дизайн-графике существуют разные точки зрения на понимание выразительных зрительных смыслов, на интерпретацию композиционно-знаковых структур.

3. *Подчинённость принципов проектирования реализации коммуникативных задач.* Термин «коммуникация» является узловым в характеристике графического дизайна со второй половины XX века. Это обстоятельство, с одной стороны, иллюстрирует изменения методологических основ проектирования в связи с тем, что во главу угла ставится решение коммуникативных вопросов. С другой стороны, происходят изменения в стратегии проектного процесса. Традиционно исходным звеном проектирования являлся выбор объекта дизайн-графики, так называемого носителя визуальной информации, из имеющейся типологии объектов графического дизайна. Проблемное поле представленных объектов было ограничено традиционной классификацией: печатные издания (книги, журналы, плакаты, упаковка и т.д.); графика на станках и приборах; теле- и кинографика; объекты массового восприятия (графические решения выставок, витрин и т.п.). В настоящее время более продуктивно характеризовать проектный процесс с альтернативной позиции. А именно во главу угла в процессе проектирования может быть поставлен не носитель информации, не визитка, не логотип, не деловая документация, а способность понимания проектной ситуации, правильная постановка коммуникативных задач и поиск оптимального способа их решения. В подтверждение сказанному приведем слова основателей “FuelDesign” (компании, занимающейся графическим дизайном в Лондоне с 1991 г.) С. Сорелла и Д. Мюррея: «Рабочий процесс организован так, что каждый отдельный проект может развиваться своим самостоятельным путем. Если чересчур заорганизовать процессы, можно лишиться себя неожиданных, непредсказуемых креативных решений» [Цит. по: 2, с. 184].

Всё это определяет современный профессиональный портрет графического дизайнера. Это означает, что эпицентром проектного процесса становится коммуникативная функция графического дизайна. Другими словами, в определении дизайн-концепции приобретает особую значимость изучение проблемы и поиск способов её решения с привлечением разнообразных объектов в качестве носителей информации. Так, Йозеф Мюллер-Брокман, основоположник функционального графического дизайна, полагал, что эффективным инструментом дизайн-графики является модульное конструирование, ставшее альтернативой использованию орнаментов и других визуальных средств декоративного оформления [12, с. 147]. Он полагал, что особенностями современных графических форм являются ясность, простота, объективность. Носители информации в наши дни играют подчинённую роль в проектировании. Они становятся средством, а не целью проектного процесса. Дизайн-объекты при этом оцениваются с точки зрения качества обеспечения эффективной коммуникации. Как было отмечено, более предпочтительными для современного дизайна являются те дизайн-решения, которые обеспечивают согласованность между экономией, простотой, красотой и функциональностью.

4. *Технологии как инструмент графического дизайна.* Развитие теории графического дизайна предполагает анализ изменений, происходящих в дизайн-графике под влиянием технических инноваций. Область взаимодействия графического дизайна с техникой и новыми технологиями – это взаимодействие художественной и технической сфер, благодаря чему функционирует графический дизайн.

1 этап. В начале XX века происходило расширение визуальности, благодаря развитию полиграфии, кино, фотографии, ставших особым фундаментом различных форм визуальной культуры. У. А. Двиггинс использовал термин «графический дизайн» в отношении полиграфических работ. До середины XX века графический дизайн – визуальный дизайн, художественно-проектная деятельность по созданию оригиналов, предназначенных для массового воспроизведения любыми средствами визуальной коммуникации (полиграфия, кино, телевидение) [8, с. 156]. Так, в сферу графического дизайна входило создание иллюстраций, типографических шрифтов, каллиграфических надписей, графическое оформление упаковки, обложек книг, торговой и иной рекламы, оформление выставок и витрин магазинов, фильмов и телепередач [5, с. 56]. В чуть более поздний период времени к объектам профессиональной деятельности графического дизайнера стали причисляться не только книги, плакаты, рекламные объявления, а также моушн-дизайн, интерактивные медиа и др. Представленное описание свидетельствует об объективном процессе расширения области графического дизайна за счет включения наряду с полиграфией средств кино, телевидения, компьютерных технологий.

2 этап. Компьютерная графика, возникшая в конце 50-х гг. XX века, привела к улучшению графических возможностей дизайна. Но первоначально она использовалась в роли «практических промышленных инструментов». Пожалуй, самым известным экспериментатором в области компьютерной графики являлся Дж. Уитни, самостоятельно конструирующий аналоговые компьютерные машины для рисования. А. Дарлей полагает, что именно благодаря этому разносторонне образованному человеку создана не только компьютерная графика, но и удалось добиться признания художниками компьютерных техник. Как замечает А. Дарлей, «художники, “пересев” за ПК, стали называться графическими дизайнерами» [15, р. 12].

Работа художников, начиная со второй половины XX века, осуществлялась в тесном сотрудничестве с инженерами и учёными. Не случайно Р. Фуллер определил 1965-1975 гг. как «мировое десятилетие» научного дизайна, когда принципы науки стали применяться к дизайну. Это нашло отражение в выставках Нью-Йорка (1966 г.) и Лондона (1968 г.), на которых были представлены компьютерные технологии, свидетельствующие об объединении инженерных и художественных проблем. Был проведён Международный симпозиум «Компьютерная графика 70», посвящённый компьютерному искусству.

Также, начиная с 1960-х годов, осуществлялась разработка и использование цифровых компьютеров. Технологии цифрового изображения утверждались в кино, телевидении, рекламе, музыкальном видео. Это привело к формированию визуальной цифровой культуры, появлению компьютерной визуализации и новых способов создания изображений. Развитие компьютерных технологий оказало влияние на развитие различных областей массовой культуры.

Зададимся вопросом. Какое место занимает цифровой дизайн в контексте графического дизайна? Компьютерная графика, возникшая в конце 50-х гг. XX века, обусловила совершенствование графических возможностей дизайна. Так, термин «графический» в значении «созданный средствами графики» не отражает новые технологии и инструменты современной дизайн-графики. Графический дизайнер сегодня в меньшей мере использует традиционные графические техники, на смену которым приходят языки программирования, компьютерное программное обеспечение. Характеризуя динамические процессы в дизайне, Ф. Меггс замечает: «Будущие поколения графических дизайнеров будут оспаривать существующие средства восприятия и находить новые эстетические концепции. Всякий раз, когда мы предполагаем, что стоим в авангарде, оказывается, что в действительности это только начало неизведанного пути» [18, р. VII].

Кроме того, тенденция к всеобщей визуализации «размывает» границы графического дизайна как самостоятельной области. Не прекращается поиск дизайнерами новых проектных решений. Возникли новые формы зрелищности, ставшие инструментами современной визуальной культуры. По мнению А. Дарлея, несмотря на наличие различий между новейшими визуальными практиками, технологически они между собою связаны [15, р. 9]. Технологии, используемые в основе компьютерных игр и симуляторов, позволяют проектировать новые формы отношений с потребителями информации за счёт внедрения элементов «интерактивности», «погружения», «взаимодействия», «симуляции» и др. Современный дизайн существует не в изолированном пространстве. Продукты его деятельности могут объединять различные сферы культурной жизни человека. Эта ситуация, с одной стороны, свидетельствует о быстром темпе развития профессии и расширении её круга деятельности за счет применения различных средств визуальной коммуникации. С другой стороны, это является фактором, свидетельствующим о «стирании» жёстких границ между дизайном и кинематографом, дизайном и другими объектами массового телевидения. Происходят изменения в общем эстетическом характере культуры, поскольку такие характеристики дизайн-графики, как художественность и проектность, используются при создании комплексных объектов, ориентированных на визуальное восприятие. Уже имеются образцы проектных решений в графическом дизайне, когда творческая деятельность графических дизайнеров не ограничивается работой с материальными артефактами, а реализуется в более широком контексте. Так, С. Басс, один из ведущих графических дизайнеров XX века, работавший над художественным оформлением кинофильмов, создавал вступительные заставки, киноплакаты, титры. Работа в течение нескольких десятилетий с выдающимися кинорежиссёрами позволила ему овладеть различными техниками, вплоть до кинетической типографики для фильмов А. Хичкока («Головокружение», «Психо», «К северу через северо-запад») и компьютерных технологий [19].

Приведённые примеры важны для осмысления технологических возможностей графического дизайна, а также новых профессиональных компетенций дизайнеров. Программное обеспечение, используемое для обработки изображений, языки программирования и др. меняют образ современного графического дизайна, расширяют границы инновационных дизайнерских решений, обеспечивают технические возможности для создания новых визуальных форм. Однако эти процессы не являются уникальными в том смысле, что на всём протяжении истории графического дизайна инструменты дизайн-графики также подвергались изменениям под влиянием научных технологий. Не случайно цифровой дизайн и хендмейд-дизайн – это необходимые составляющие современного графического дизайна. При этом, как полагает Ф. Меггс, несмотря на техническое «первооружение», визуально-коммуникационная «суть графического дизайна остаётся неизменной» [18, р. 572]. Другими словами, графический (коммуникационный) дизайн – художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальных объектов и систем для решения коммуникативных задач материальной, пространственной и цифровой среды. Это обстоятельство указывает на то, что поиск новых форм визуальной выразительности, соответствующих современному состоянию дизайн-графики, необходимо осуществлять в рамках теоретических исследований графического дизайна.

#### Выводы

1. Графический дизайн продолжает оставаться самостоятельной отраслью гуманитарных исследований, существуя в пространстве взаимодействия искусствоведения, социально-гуманитарного, естественнонаучного и технического знания, что указывает на необходимость использования не только междисциплинарного подхода, но и выработки парадигмы как теоретико-методологической модели проектного процесса.

2. Поиск парадигмы связан с изучением опыта проектирования сообщества графических дизайнеров. Текущее состояние проектного процесса, по нашему мнению, представлено совокупностью принципов (коммуникационность и визуальность), наличием субординационных связей между ними, а также новыми технологиями.

3. Образ графического дизайна, представленный в парадигме, является теоретико-методологическим осмыслением особенностей современного графического дизайна, определяющим перспективные направления проектной деятельности и профессиональной подготовки дизайнеров.

#### Список источников

1. Боумен У. Графическое представление информации. М.: Мир, 1971. 227 с.
2. Британский дизайн: контекст, школы, студии, среда / под ред. М. Кумовой, Р. Фролова. М.: Grey Matter, 2014. 496 с.
3. Власов В. Г. Теоретико-методологические концепции искусства и терминология дизайна: автореф. дисс. ... д. искусствоведения. СПб., 2009. 50 с.
4. Генисаретский О. И., Черневич Е. В. Визуалистика: об исследовании и проектировании систем визуальной коммуникации // Теоретические и методологические исследования в дизайне / сост. О. И. Генисаретский, Е. М. Бизунова. М.: Изд-во Шк. культ. полит., 2004. С. 341-347.
5. Глинтерник Э. М. Историческое самоопределение графического дизайна в проектной культуре России, 1880-1980-е гг.: дисс. ... д. искусствоведения. СПб., 2001. 360 с.
6. Даниэль С. М. Искусство видеть. СПб.: Искусство, 1990. 223 с.
7. Золотая пчела 12: Московская международная биеннале графического дизайна: каталог. М.: Альма Матер, 2016. 340 с.
8. Книговедение: энциклопедический словарь / гл. ред. Н. М. Сикорский. М.: Советская энциклопедия, 1982. 664 с.
9. Микешина Л. А. Философия науки. Современная эпистемология. Научное знание в динамике культуры. Методология научного исследования: учебное пособие. М.: Прогресс-Традиция; МПСИ; Флинта, 2005. 464 с.
10. Минаев В. В. Мировой социально-политический процесс и идеология гуманизма XXI века [Электронный ресурс]. URL: [https://bstudy.net/674530/politika/tsennost\\_pokazatel\\_kulturnoy\\_znachimosti\\_obekta\\_kulturnogo\\_naslediya](https://bstudy.net/674530/politika/tsennost_pokazatel_kulturnoy_znachimosti_obekta_kulturnogo_naslediya) (дата обращения: 16.03.2019).
11. Овчинникова Р. Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. 239 с.
12. Овчинникова Р. Ю. Соотношение визуального и коммуникационного в графическом дизайне // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2016. № 3 (23). С. 140-149.
13. Barnard M. Art, Design and Visual Culture. N. Y.: Palgrave Macmillan, 1998. 214 p.
14. Crow D. Left to Right: The Cultural Shift from Words to Pictures. Lausanne: AVA Publishing SA, 2006. 193 p.
15. Darley A. Visual Digital Culture. Surface Play and Spectacle in New Media Genres. N. Y.: Routledge, 2000. 225 p.
16. Hollis R. El Diseno Grafico. Una historia abreviada. L.: Thames and Hudson, Ltd., 1994. 217 p.
17. <http://www.ico-d.org/about/index#defining-the-profession> (дата обращения: 08.02.2019).
18. Meggs B. P., Purvis A. W. Meggs' History of Graphic Design. 5<sup>th</sup> ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2012. 604+XI p.
19. Saul Bass [Электронный ресурс]. URL: [http://en.wikipedia.org/wiki/Saul\\_Bass](http://en.wikipedia.org/wiki/Saul_Bass) (дата обращения: 08.02.2019).

#### GRAPHIC DESIGN IN THE CONTEXT OF VISUAL CULTURE AND NEW TECHNOLOGIES

Ovchinnikova Raisa Yur'evna, Ph. D. in Art Criticism, Associate Professor  
Omsk State Technical University  
O-R-U@mail.ru

The article examines the existing experience of graphic design institutionalization, which influences its methodology. The author justifies the necessity of the paradigmatic approach to studying design graphics and introduces her viewpoint on the importance of the paradigm model for interpreting the modern condition of design graphics and its development prospects. The researcher argues that design process should be focused on achieving communication goal in the context of visual culture and modern information technologies.

*Key words and phrases:* graphic design; graphic design institutionalization; visual culture; paradigm; communication design; design technologies.