

УДК 658.512.23

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИЗАЙНЕРА ЗНАНИЙ ПСИХОЛОГИИ ЗРИТЕЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ЧЕЛОВЕКА.

Галина Валерьевна Кулагина

Студент 5 курса

кафедра «Промышленный дизайн»

Московский государственный технический университет им. Н.Э.Баумана

Научный руководитель: В.А. Михеев,

*научный сотрудник факультета психологии Московского государственного
университета имени М.В.Ломоносова*

Психология зрительного восприятия даёт понимание того как мы воспринимаем визуальную информацию в видимом поле и знакомом мире, учит наблюдению и правильному восприятию увиденного, пониманию того, что видит человек и как он это видит.

Восприятие это одна из основных, наряду с мышлением, памятью, вниманием и воображением, познавательных функций психики.

В процессе восприятия из всего доступного окружения и отдельных наблюдаемых объектов извлекается значимая информация, которая подвергается категоризации и интерпретации при построении картины познаваемого мира.

Одна из основных задач дизайнера это "искусство видеть" – способность использовать восприятие действительности окружающего мира для максимально эстетичного и функционального воплощения полученных образов в конечный продукт.

В своей работе я рассмотрю основные направления дизайна, где умение видеть передаётся в интересных концепциях и работах.

Направление Биодизайна это некое подсматривание за природой. Биодизайном называется направление в промышленном дизайне, основоположником которого считается Луиджи Колани, немецкий дизайнер-концептуалист.

Направление Графический дизайн я рассмотрю как умение дизайнера передавать в логотипе, простейшими объектами – скорость, динамику, стремление отражающие стиль и продукт конкретной компании. Графический дизайн это художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.

Направление Полиграфический дизайн я буду рассматривать с точки зрения использования в нём иллюзий восприятия объектов и явлений внешнего мира для привлечения общественного внимания и рекламы. Полиграфический дизайн это разновидность графического дизайна, в задачи которого входит разработка материалов печатной продукции. Чаще всего готовым продуктом является бумажный носитель.

Умение дизайнеров не только видеть, но и передавать в доступной художественно-прикладной форме своё восприятие, отличает их от академических художников зависящих только от ширины рамок своей фантазии.

Целью данной работы является определение и понимание того, для чего в профессиональной деятельности дизайнера необходимо знание психологии зрительного восприятия человека.

Зрительное восприятие в биодизайне

Одна из основных идей основателя биодизайна Луиджи Колани в том, что природа – лучший творец, а человеку достаточно подметить это и привести её решения в свою жизнь. Луиджи Колани часто повторяет простую мысль, что в природе не существует прямых углов и прямоугольных форм. Все его многолетнее творчество основано на этом постулате.





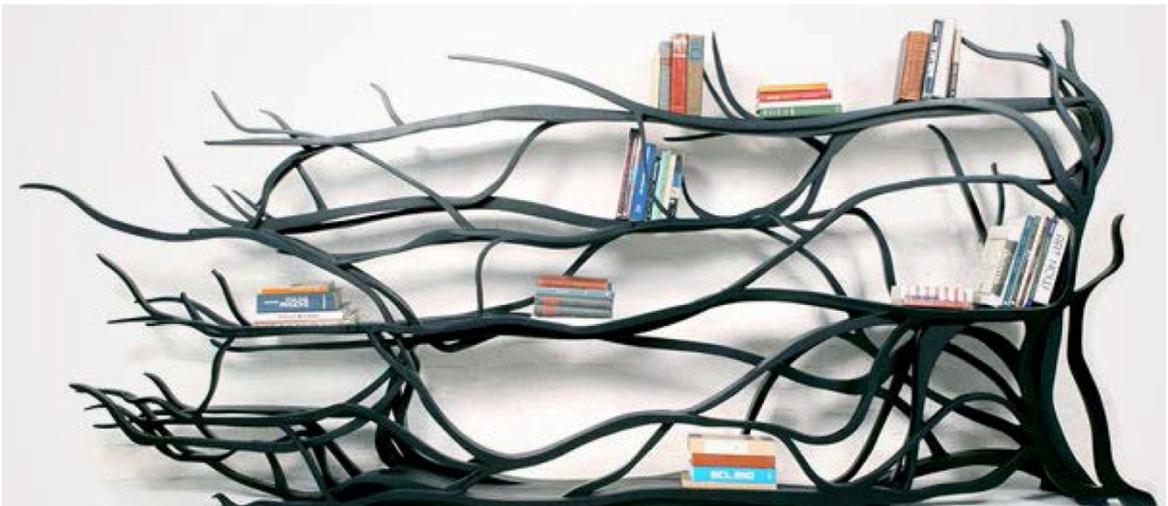
Дизайнер Анастасия Жаркова создала концепт Leaf Phone, телефон напоминает лист дерева, а изготавливается он из органических материалов, главным образом, из экологически чистого пластика. Не меньшего внимания заслуживает и функционал Leaf Phone, приближающийся к миникомпьютеру.



Концепт ультра-портативной Bluetooth-гарнитуры Color Rings, являющейся одновременно и модным аксессуаром. Авторами разработки стали трое дизайнеров студии ВСК. Излюбленный многими жест "позвони" в данной концепции обретает истинное значение.



И ещё несколько интересных работ выполненных в стиле биодизайна:



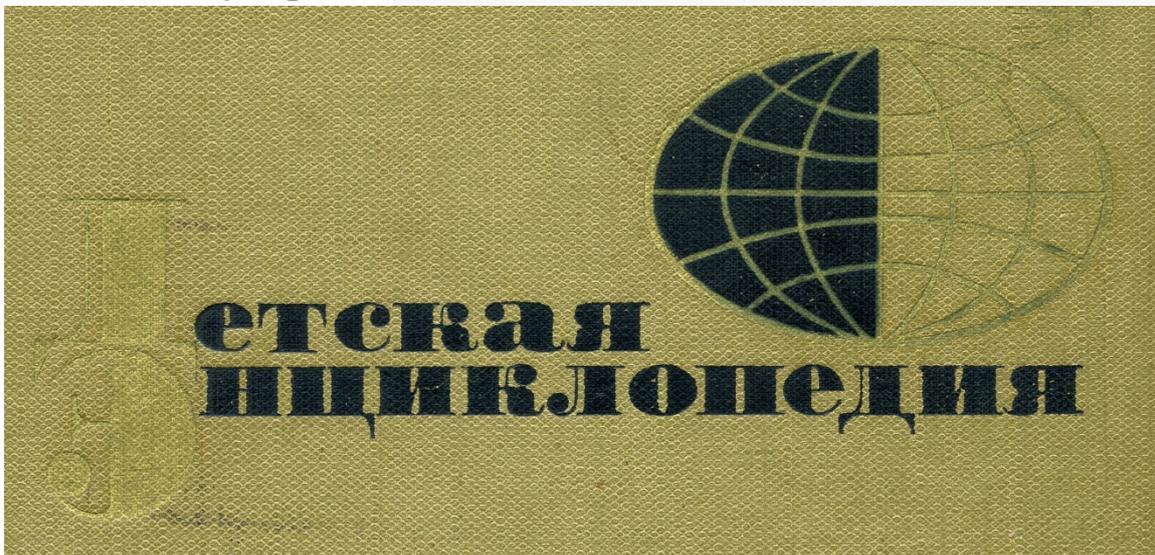
Зрительное восприятие в графическом дизайне

Логотип Википедия (Wikipedia)

В мае 2010 года Wikipedia представила 3D-модель своего знаменитого логотипа в виде глобуса-пазла, полностью покрытого письменными знаками алфавитов мира.

Логотип ассоциируется с знаниями и информацией в мировом масштабе. Логотип адаптирован на 250 языков мира.

Вид нашей планеты часто используется как символ общих знаний накопленных опытом всего человечества. Ещё в советский период, знаком Детской Энциклопедии 1964 года был вид глобуса земли.



Логотип Форд Мустанг (Ford Mustang)

Ассоциируется со скоростью, резвостью, напором и стремительностью, то есть то к чему стремились создатели этого автомобиля.



Вот что говорил разработчик автомобиля Ford Mustang о эмблеме:

– "Когда в 1964 году «Мустанг» был выпущен в продажу, люди с явным удовольствием отмечали, что эмблема лошади на машине развернута не в том направлении, так как она скачет по часовой стрелке, я не против, так обычно скачут лошади на американских ипподромах. Я неизменно отвечал, что мустанг – это дикий конь, а не одомашненная скаковая лошадь. Но независимо от того, в каком направлении скакал наш «Мустанг», я все более убеждался, что он взял правильный курс." - Ли Якокка в книге "Карьера Менеджера".

Логотип Шевроле Корвет (Chevrolet Corvette)

Логотип Шевроле Корвет ассоциируется с автогоночным спортом, то есть то как стремились позиционировать на рынке легковых машин свой продукт, наделённый достоинствами спортивного автомобиля, его создатели.



Американский спорткар Шевроле Корветт настолько индивидуален, настолько обособлен от прочих Шевроле, что его можно считать отдельной маркой, отдельным брендом. Недаром только появившись в 1953 году Корветт сразу получил персональную, разработанную специально для него эмблему в виде галстука-бабочки: скрещенные стяг Шевроле и клетчатый гоночный флаг, используемый в автомобильных состязаниях для финишной отмашки.

Логотип Nike

Nike Swoosh – это безупречно простой, запоминающийся, эффективный, вечный и узнаваемый логотип. Логотип Nike целиком соответствует стилю компании, её продукции – комфортные, удобные, функциональные и стильные спортивные вещи для спорта и активного образа жизни. Этот логотип, ненавязчивый и понятный, ассоциирующийся с движением.



"Галочка" Nike является едва ли не самым узнаваемым знаком в мире. Дизайн логотипа почти не претерпел изменений за 43 года – поменялось лишь написание имени бренда, а сейчас и вовсе исчезло.

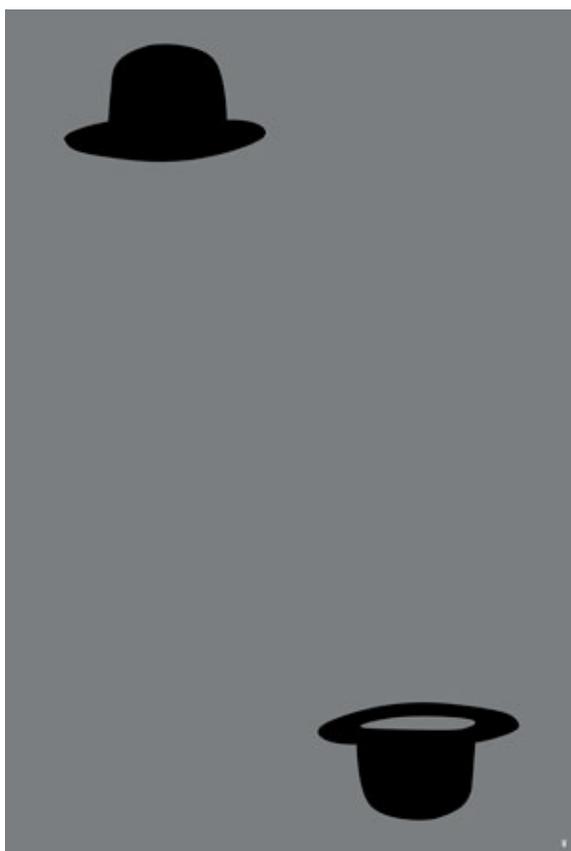
Логотип Boeing

В логотипе авиастроителей Boeing не единожды побывало всё, что так или иначе касается полётов, сменяя друг друга – ласточка, крылья, опять крылья, земной шар, опять крылья, звезда и ещё раз земной шар. В итоге в 1997 году Boeing остановился на схематическом изображении земного шара и схематическом же изображении крыльев справа внизу.



Логотип ассоциируется с стабильностью, быстротой, безопасностью.

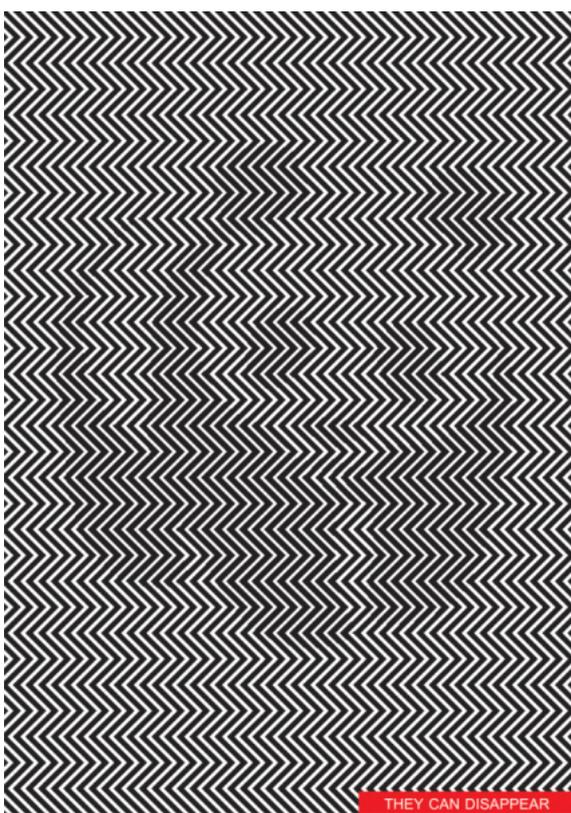
Зрительное восприятие в полиграфическом дизайне



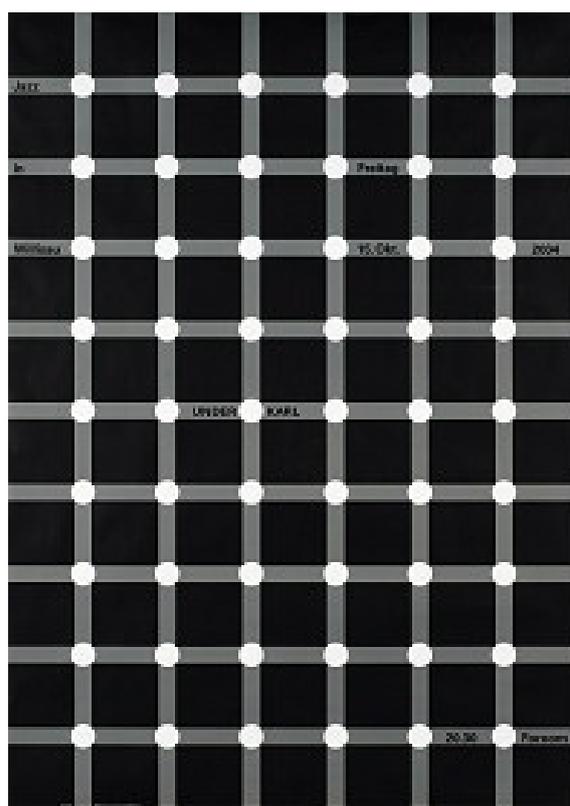
Фалдины "Социальное неравенство"



Фалдины "Меню пенсионера"



Илья Клеменцов "Они могут исчезнуть"

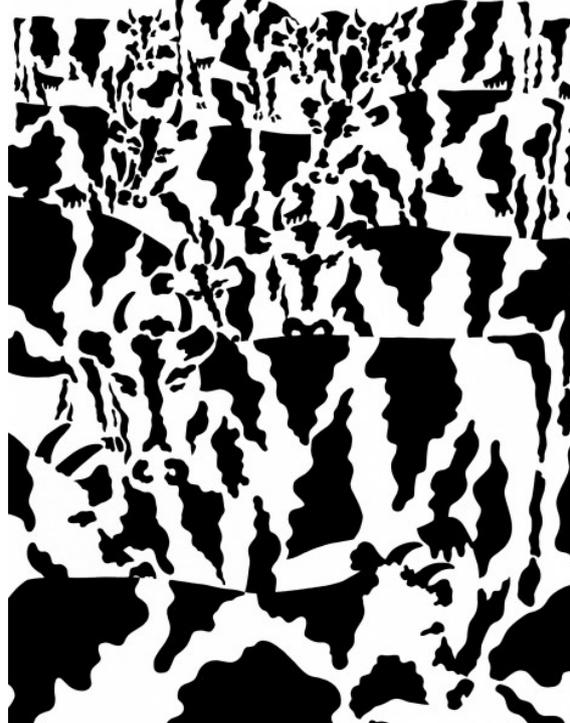


Трокслер Никлаус "Джаз в Willisau"



Трокслер Никлаус "Джаз фестиваль"

SAMSTAG 2. DEZEMBER 20.00 UHR WILLISAU MOHREN
NEW VOICES, SOUNDS AND VISUALS
VOCALTRIO EISGESÄNGE UND GRUPPE UNKNOWNMIX



Трокслер Никлаус "Новые голоса, звуки и визуальные эффекты"

Работы Фалдиных "Социальное неравенство" и "Меню пенсионера" привлекают внимание к остро социальным проблемам нашего общества достаточно простыми и понятными визуальными картинками.

Работа Ильи Клеменцова "Они могут исчезнуть" также привлекает внимание, но он использует более сложный визуальный эффект заставляющий людей задуматься на сколько тонка грань между существованием и исчезновением, над таким вопросом как защита окружающей среды.

Работа Трокслера Никлауса "Джаз в Willisau" – по его задумке вспыхивающие чёрные точки ассоциируются с танцем.

Работы Трокслер Никлаус "Джаз фестиваль" и "Новые голоса, звуки и визуальные эффекты" созданы благодаря иллюзии контраста. Казалось бы хаотично расположенные чёрно-белые пятна плакатов в первом случае предстают двумя духовыми музыкантами, а во втором стадом коров.

Данные работы интересны тем что в них авторы оторвались от обыденного восприятия объектов и смогли передать их изображение по-новому, но так что зрителю они интуитивно понятны.

Заключение

В повседневной жизни каждого современного человека окружают сотни, тысячи разнообразных предметов, в создании доброй половины которых принимал участие какой-либо дизайнер. Знание психологии зрительного восприятия человеком визуальной информации помогает дизайнеру при художественном конструировании промышленных изделий наиболее выигрышно наделять их эстетическими свойствами учитывая функциональное предназначение.

Психология зрительного восприятия человека учитывается дизайнером любого рода деятельности. Так на ряду с прочими, в повышении эффективности современного

промышленного производства участвуют и такие сравнительно молодые науки как техническая эстетика и примыкающая к ней эргономика, изучающие воздействия внешних условий на работоспособность, настроение и качество работы сотрудников предприятия. Психология зрительного восприятия человека играет в этом важнейшую роль. Например, психологи доказали что на полностью автоматизированной линии завода, где людям приходится работать только у пульта управления, три четверти аварий в автоматических системах происходит не из-за отказа техники, а из-за человеческих ошибок при чтении показаний приборов. Опираясь на психологию зрительного восприятия человека выяснили, что большую возможность ошибки даёт вертикальная шкала, меньше – горизонтальная и ещё меньше – шкала в форме окна (дисплея). На основе этих выводов и были выбраны формы шкал учёта показаний приборов на основных современных автоматических пультах управления.

Используя в профессиональной деятельности дизайнера знаний психологии зрительного восприятия человека уместно вспомнить слова известного голландского астронома Марселя Миннарта: "От вас самих зависит прозрение, вам стоит только дотронуться до своих глаз волшебной палочкой под названием "знай, на что смотреть".

Литература

1. Материал из лекций по Психологии зрительного восприятия
2. Свободная онлайн энциклопедия Википедия: <http://ru.wikipedia.org/>
3. Материалы с сайта <http://www.ellf.ru/creative/>
4. Материалы с сайта <http://www.adme.ru/kreativnyj-obzor/evolyuciya-logotipov-megabrendov-dopolneno-21826/>
5. Материалы с сайта http://www.linii.ru/teoria_vdohnovenia
6. Материалы с сайта <http://psi.webzone.ru/>
7. Материалы с сайта <http://www.dejurka.ru/inspiration/how-to-do-logo/>