

УДК 7.012.185

ПРИНЦИПЫ И МЕХАНИЗМЫ ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ ОБЪЕКТОВ ДИЗАЙНА

О. В. Панченко, О. Г. Семенов (г. Новосибирск)

В статье говорится о принципах восприятия продуктов дизайна, которые дают необходимую информацию для проектирования и проектного исследования. Качественный дизайн невозможен без целого набора практических навыков, теоретических знаний и понимания законов, по которым строится взаимодействие создаваемого объекта и пользователя. Понимание принципа, по которому люди воспринимают визуальные и физические ограничители необходимо для проектирования пространства и для создания визуальных коммуникаций.

Ключевые слова: дизайн, художественное проектирование, дизайн-средства, исследования, принцип восприятия.

PRINCIPLES AND MECHANISMS OF VISUAL PERCEPTION OF DESIGN OBJECTS

O. V. Panchenko, O. G. Semenov (Novosibirsk)

The article deals with the principles of perception of design products, which provide the necessary information for design and project research. Qualitative design is impossible without a whole set of practical skills, theoretical knowledge and understanding of the laws by which the interaction of the created object and the user is built. Understanding the principle by which people perceive visual and physical constraints is necessary for designing space and for creating visual communications.

Keywords: design; artistic design; design tools; research, the principle of perception.

Процесс исследования принципов восприятия продуктов дизайна дает необходимую информацию для проектирования – не только о том, как сделать так, чтобы было красиво, но и о том, как сделать так, чтобы создаваемые формы и образы воспринимались зрителем или пользователем определённым образом ещё на подсознательном уровне. Это способствует созданию умного ди-

Панченко Ольга Владимировна – доцент кафедры дизайна, Институт искусств, Новосибирский государственный педагогический университет, член Союза дизайнеров России, член International Union of teachers-artist.

O. V. Panchenko – Novosibirsk State Pedagogical University.

Семенов Олег Германович – доцент кафедры дизайна, Институт искусств, Новосибирский государственный педагогический университет, член Союза дизайнеров России, член творческого Союза художников России.

O. G. Semenov – Novosibirsk State Pedagogical University.

зайна, когда наличие каждого элемента, каждой линии чем-либо обосновано. Дизайн-проектирование невозможно без понимания психологии восприятия.

Исследования показывают, что эстетически привлекательные изделия кажутся удобнее и проще в использовании, чем предметы вызывающие визуальную дисгармонию. Внешний вид продукта влияет на отношение к нему потребителя. Гармонично спроектированные товары имеют свойство вызывать положительное отношение к ним. Они делают своих потребителей толерантными к проблемам, которые могут возникнуть при их использовании. Красивые вещи реже подлежат утилизации, несмотря на потерю их актуальности со временем. Поэтому при проектировании дизайнеры должны учитывать эффект влияния эстетичности предмета на его восприятие пользователем.

Понимание принципа, по которому люди воспринимают визуальные и физические ограничители необходимо как для проектирования пространства, так и для проектирования визуальных коммуникаций. Если с физическими ограничителями, такими как шлагбаум, лежачий полицейский или другими устройствами, устанавливающими границы диапазона возможных действий, современный пользователь хорошо знаком. То психологические ограничители, которые не создают физической преграды, требуют более тщательного исследования. Их изображают, используя ассоциативные принципы восприятия человеком окружающего мира. Например, условные изображения молнии, черепа или знака радиации являются для нас психологическими ограничителями немного по разным причинам. При виде таких объектов, как молния, которые имеют острые углы, у человека активизируется миндалина мозжечка, отвечающая за эмоции, в том числе и за страх. Вид заостренных объектов сильнее активизируют области мозга, связанные с ассоциативной обработкой информации. Изображение черепа мы воспринимаем как опасность, благодаря сложившимся стандартным стереотипам (рис. 1) [4, 5].

На подсознательном и эмоциональном уровнях оно вызывает ассоциацию со смертью. Универсальные тематические модели и формы, возникшие в результате естественных предубеждений, работают в данном случае как архетипы. Обозначение радиации – это условное изображение, которое имеет слабое отношение к понятию и визуально никак не связано с данным определением, его просто необходимо запомнить. Размещая информацию о каких-либо ограничениях, дизайнер должен понимать, по какому принципу она будет усваиваться.

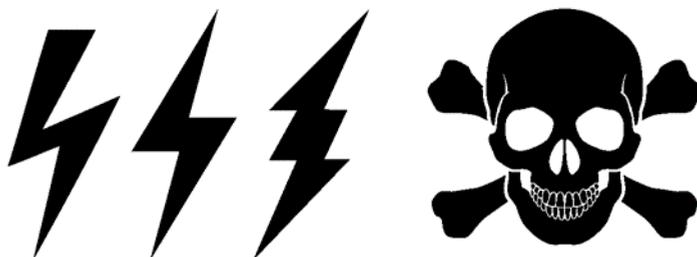


Рис. 1. Изображение черепа и молнии – опасность.

Для лучшего распознавания и вспоминания объектов и средств управления дизайнеры часто применяют язык символов, условных обозначений, схем и пиктограмм. Графические представления снижают информационную нагрузку, экономят место, и делают значки и элементы управления понятными во всех культурах, на всех языках. Некоторые знаки мы воспринимаем по принципу подобия, когда они визуальны аналогичны действиям или объектам. Например, дорожные знаки «падающие камни» и «поворот на право». Другой вид графического представления мы распознаем по принципу примеров, когда мы видим изображения вещей, которые служат примером или ассоциацией с действием. Стилизованное изображение самолета обозначает место нахождения аэропорта, а значок с вилок и ножом указывает на заведение общественного питания. Более высокий уровень абстрактного мышления нужен нам для восприятия символов, которые изображают действия, объекты или идеи. Например, «висячий замок» совсем не похож на механизм, блокирующий дверь автомобиля, а гендерные символы отличаются от изображений мужчины и женщины (рис. 2).

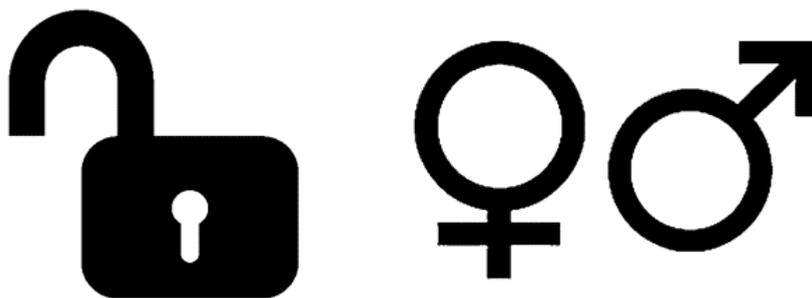


Рис. 2. Символы, изображающие действия и объекты

Хотелось бы рассмотреть еще один вид визуального посыла – это условные изображения. Они, как правило, не связаны с действием или объектом. Мы распознаем их потому, что они находятся в нашей памяти. К таким символам относится известный всем значок, обозначающий процесс «сортировки» или

знак «транспортировка жидкости». Выполняя работу по созданию подобных знаков, необходимо обращать внимание не только на эстетическую сторону изображения. Помимо того, что знак должен быть легко узнаваемым, лаконичным по графике и иметь однозначное трактование своего смысла, нужно понимать по какому принципу восприятия люди будут его распознавать. Одной из форм информационного дизайна является современная инфографика – изображение, передающее смысл, данные, информацию с помощью графики, а не текста. Визуальный способ подачи информации, данных и показателей, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию. Это возможность не только организовать большие объёмы информации, но и более наглядно показать соотношение предметов и фактов во времени и пространстве, продемонстрировать тенденции изменений. Качественная визуализация данных нужна во многих сферах насыщенной информационными потоками среды. Задача дизайнера сделать сложное – простым, а абстрактное – конкретным, доступной для понимания каждому человеку. Главное выбирать метод представления данных, исходя из задачи, создавать емкие по смыслу и привлекательные с эстетической точки зрения иллюстрации (рис. 3).

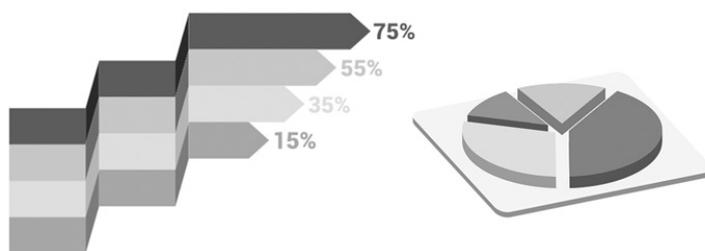


Рис. 3. Визуализация данных

Современные графические дизайнеры в своих работах часто используют абстрактные формы, которые могут быть простыми и сложными по своей пластике, иметь компактный или активный силуэт, могут быть наполнены различными типами фактур. Используя подобное средство графического языка, необходимо учитывать принцип восприятия неоднозначных форм [1, 2, 3]. Людям свойственно в любой абстрактной форме распознавать понятные изобразительные элементы. Мы обращаем внимание на облако, если оно похоже на зайчика, узоры инея на стекле кажутся нам сказочными лесами, а на карте Италии мы видим сапог (рис. 4).



Рис. 4. Понятные изобразительные элементы в абстрактной форме

Это говорит о том, что люди стремятся интерпретировать неоднозначные образы как простые, завершенные и понятные, а не сложные и незаконченные. Стремление воспринимать и вспоминать образы в упрощенном виде, показывает, что человек использует когнитивные ресурсы для перевода или перекодирования образов в более простые формы. Поэтому, если образы проще изначально, когнитивных ресурсов требуется меньше. Простые образы легче воспринимать и запоминать. По возможности, нужно уменьшать количество сложных элементов в дизайне. И обязательно проверять, не спрятались ли в сложных абстрактных формах или текстурах простые изобразительные образы, противоречащие смыслу вашего информационного посыла.

Сложно быть экспертом во всех областях жизнедеятельности человека, но качественный дизайн невозможен без целого набора практических навыков, теоретических знаний и понимания законов психологии, по которым строится взаимодействие создаваемого объекта и пользователя.

Список литературы

1. *Архипов А. Е., Еськов В. Д.* Системный дизайн: дискурсивно-эволюционный аспект формирования // *European social science journal*. – 2013. – № 2 (30). – С. 258–262.
2. *Еськов В. Д.* Роль и место этнографических исследований в процессе дизайн-деятельности // *Графический дизайн: история и тенденции современного развития: материалы международной научно-практической конференции*. – СПб.: Из-во СПбГУПТД, 2016. – С. 119–121.
3. *Ковалева О. М.* Принципы проектной деятельности // *Современные тенденции изобразительного, декоративно-прикладного искусств и дизайна*. – 2016. – № 1. – С. 93–98.
4. *Лидвелл У., Холден К., Батлер Д.* Универсальные принципы дизайна.: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2014. – 272 с.
5. *Туэмлоу Э.* Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М.: Астрель, 2006. – 290 с.