

ВЛИЯНИЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА НА ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ И ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ ЛЮДЕЙ

Екатерина БУКША, Владимир МАРТАЛОВ, Виорика КАЗАК

Технический Университет Молдовы

Резюме: Промышленная революция, начавшаяся в Европе в XVIII веке, внесла существенные изменения во взаимоотношения Природы и человека. До поры до времени человек был естественной составляющей своей экосистемы, вписывался в ее кругообороты веществ и жил по ее законам. Но ситуация стала стремительно меняться и не в лучшую сторону. Главными причинами этих изменений сделали добычу и использование углеводородного топлива - угля, нефти, сланцев, газа. Всё это привело к загрязнению воды, воздуха, почвы, к вымиранию животных птиц и самого человека. И вот сейчас на пороге экологического хаоса человечество начало задумываться, беспокоиться и действовать. Одним из способов действовать – призыв и обращение на экологические проблемы с помощью графического дизайна, который при умелом использовании способен наиболее всего проникнуть вглубь человеческой души и не оставить равнодушным.

Ключевые слова: экология, экологическая реклама, графический дизайн, средства дизайна, экологическая сознательность.

Тема о необходимости формирования экологического сознания и экологической культуры – самая актуальная на сегодняшний день. Обеспечение устойчивого развития страны предполагает реализацию политики, нацеленной на обеспечение экологической безопасности и рационального использования природных ресурсов для нынешнего, и будущих поколений. Решение экологических проблем принципиально важно и для обеспечения здоровья нации. Экология сейчас определена в качестве одного из приоритетов развития страны.

Опыт работы показал, что успех реализации любого экологического проекта, в первую очередь, определяется экологической культурой. Формирование экологической культуры предполагает обеспечение основ экологических знаний в системе образования и широкую эколого – просветительскую работу для разных категорий населения. Успех решения этой задачи определяет активная позиция гражданского общества, заинтересованность и личное участие представителей широких слоев населения. Это предполагает развитие широкого экологического движения, охватывающего не только экологов, но и представителей всех секторов гражданского общества [1-4].

Одним из средств формирования экологического сознания и экологической культуры может быть графический дизайн. Графический дизайн - очень непростой вид дизайна, в задачи которого входит разработка материалов под печатную продукцию. Графический дизайн – это именно то, что заставляет пользователя обратить внимание, заинтересоваться печатной продукцией. Сочетание цвета, формы и информационного наполнения вызывает наибольший интерес, который способствует прочтению и дальнейшему изучению полиграфии. Кроме визуального образа, текста, пространства, графический дизайн осваивает такие реальности, как движение, время, интерактивность и оперирует все более разнообразными средствами экономических, маркетинговых и культурных коммуникаций.

Если дизайн – это некая целая композиция или конструкция, подчиненная определенной цели и идее, то элемент дизайна – эта часть композиции или конструкции.

Можно выделить следующие элементы средства выразительности дизайна:

1. Гармония, контраст и выразительность плоскостной композиции.
2. Симметрия, асимметрия и динамическое равновесие.
3. Движение и статика.
4. Прямые линии и организация пространства.
5. Цвет – элемент композиционного пространства.
6. Буква – строка – шрифт. Искусство шрифта.

7. Композиционные основы макетирования в графическом дизайне. Текст и изображение как элементы композиции.

8. Многообразие форм графического дизайна: объем и пространство (иллюзия глубины), фактура и текстура.

Все перечисленные элементы по-своему влияют на сознание человека, вызывая эмоции и чувства различного рода, поэтому влияние графического дизайна на человеческое сознание невероятно велико. С этой целью автор провел социальный опрос для того, чтобы выяснить на каком уровне экологическое сознание у людей, из каких источников они узнают об экологических проблемах и насколько они проникновенны. Какие элементы дизайна наиболее влияют на установление коммуникационных связей между человеческим сознанием и графическим представлением.

Опрос проводился среди разных слоев населения, разных возрастов (от 11 – до 69 лет), разного уровня образования (от учеников – до магистров) и разных полов и из разных стран. В общей сумме было опрошено 150 человек. В ходе исследования результатов опроса, было выявлено, что все опрошиваемые впервые узнали о проблемах экологии в школьном возрасте (11-15 лет), из них 45,3% респондентов знают, что такое экологическая реклама. Большинство опрошенных встречают экологическую рекламу не чаще 2 раза в месяц. Самые распространенные источники, где можно встретить экологическую рекламу: телевизор, интернет, билборды, преподаватели. Наиболее важными и привлекательными отметили следующие элементы: иллюстрация, смысловое текстовое содержание, шрифтовое оформление и композицию.

Важную роль здесь же играют и ассоциации. Различные ассоциации (по сходству, по смежности, по контрасту и другие) позволяют выразить одно через другое, мысль – через чувственный образ, чувственный образ – через мысль. Они помогают быстрее, ярче и лучше уловить смысл экологической рекламы. Так экологическая реклама у большинства ассоциируется с символами: земным шаром, водой, деревом, травой, животным и человеком; и с цветами: зеленый, синий, желтый, белый, серый.

Проникновенность встречаемой экологической рекламы оценили на 6,5 баллов и свою экологическую сознательность на 7,5 (по 10-ти бальной шкале).

Исходя из вышесказанного, в создании экологической рекламы необходимо использовать:

- Цвета – ассоциации: зеленый – цвет уравновешенности, надежды; синий – глубина, серьезность и правдивость; белый – пустота, бесплодие; серый – усталость, безысходность.
- Символы – ассоциации;
- Линии: горизонтальные – производит впечатление слабого, пассивного движения; диагональ – вызывает ощущение борьбы, преодоления пассивности;
- Формы: овал – воспринимается как нечто беспокойное, неуравновешенное, в целом – динамичное; Треугольник – фигура, воспринимаемая, как нечто резкое, острое;
- Шрифт „палочный“, т.е. прямой, со значительными разновидностями в направлении ширины букв, толщины штриха и формы концов, но сохраняющий, в каждом случае, одну и ту же толщину штриха.
- Смысловое содержание текста – фраза, с глубоким смыслом, перечеркивающее равнодушие
- Изображение, отображающее смысл текста, говорящее само за себя, оригинально воплощая суть проблемы.
- Композиция – объединяющая все элементы воедино, гармонируя их между собой и зрителем.

В последние годы проблемы экологии природы, человека, культуры настолько актуализировались, выступили на первый план, им уделяется столько внимания, что создается впечатление, будто и экологическое сознание, и соответствующая проектная практика – недавние явления. Между тем, многие экологические критерии испокон веков учитывались в человеческой деятельности, о которых не стоит забывать, а наоборот дополнять с учетом развития человечества. Другое дело, что они стали применяться теперь более сознательно, кропотливо, специально разрабатываться и углубляться. Ведь начиная сознанием одного, второго, третьего можно изменить культуру вообще.



Рисунок 1. Примеры экологической рекламы, наиболее впечатлившие референтов, проводимого социологического опроса

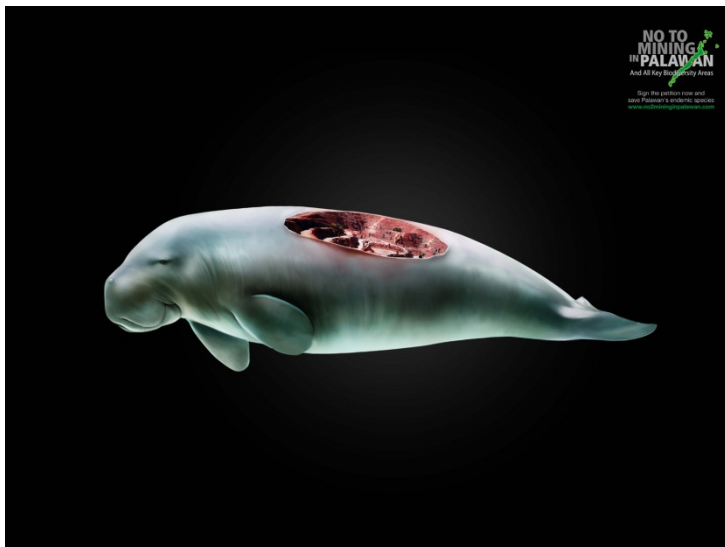


Рисунок 2. Примеры экологической рекламы, наиболее впечатлившие референтов, проводимого социологического опроса

Библиография

1. Розенсон И. *Основы теории дизайна*. СПб.: Питер, 2006, 224 с., ISBN 5-469-01143-7
2. Туэмлоу Э. *Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи*. М.: АСТ, 2007, 256 с., ISBN 5-17-041011-5
3. [http://ru.wikipedia.org/wiki/Ассоциация_\(психология\)/Ассоция](http://ru.wikipedia.org/wiki/Ассоциация_(психология)/Ассоция)
4. http://socfil.narod.ru/glava_2_3.htm/Природные основы общественной жизни