

Данильченко Ольга Владимировна
Ol'ga Danilchenko

доцент кафедры «Графический дизайн»
Московского художественно-промышленного института
Associate professor of the Department «Graphic design» of
the Moscow Art and Industrial Institute
e-mail: danilchenko@yandex.ru

Шафикова Раушания Шайхелисламовна
Raushania Shafikova

заведующий кафедрой художественных дисциплин
Московского художественно-промышленного института
head of the Department of art disciplines of
the Moscow Art and Industrial Institute
e-mail: raushaniya18@yandex.ru

СТРУКТУРА РАБОТЫ С ЦВЕТОМ В КОНТЕКСТЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ «ДИЗАЙН» ПРОФИЛЯ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН»

**Working with color in the context of teaching the discipline «Designing» for
students of specialty «Design», profile «Graphic design»**

Ключевые слова: цветоведение, живопись, цветная графика, графический дизайн, образование, бакалавриат, профессиональные задачи, методика, дизайн-проектирование, работа с цветом.

Keywords: color science, painting, color graphics, graphic design, education, bachelor's degree, professional tasks, methodology, design-design, color management in the project.

Аннотация. В статье рассматривается структура обучения работе с цветом дизайнеров-графиков в рамках дисциплины «Проектирование», осуществляемая на базе дисциплин «Цветоведение» и «Академическая живопись». Указывается последовательность этапов изучения вопросов управления цветом в профессиональной деятельности графического дизайнера. Приводятся базовые примеры задач для решения студентами в процессе обучения.

Abstract. The article discusses the structure of studies working with the colors of graphic designers in the discipline «Designing», which is working on discipline-based «Color Science» and «Academic Painting». Authors describe the stages of studying color management issues in the professional activities of a graphic designer is indicated. Basic examples of tasks for solving students in the learning process are given.

В рамках работы с цветом, необходимой для проектных разработок, продолжая развитие курсов «Цветоведение» и «Академическая живопись», рассматриваются задачи обновления методик преподавания этого аспекта с практической точки зрения.

«Академическая живопись» является базовой дисциплиной в программе подготовки направления 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриат). Целью дисциплины является освоение знаний, умений, навыков изображения трехмерного мира, образов действительности средствами, цвета, тона, формы и др., в двухмерном пространстве листа, а также формирование компетенций, таких как «владение приемами работы с цветом цветовыми композициями» (ОПК-2); «способностью к определению общих форм и закономерностей отдельной предметной области» (ПК-1); «способностью к самоорганизации и самообразованию» (ОК-7); «способностью к абстрактному мышлению, анализу и синтезу» (ОК-10).

Таким образом, в основные задачи «Академической живописи» входит как освоение навыков изображения средствами цвета, тона, др., образов визуального физического мира, так и подготовка к решению профессиональных задач. В результате овладения «Академической живописью» происходит формирование:

- художественного мышления;
- художественных способностей;
- творческой активности;
- навыка синтезирования основных законов и методов создания художественного образа, с последующим выполнением дизайн-проекта.

«Цветоведение» – это дисциплина вариативной части программы, (по выбору), даёт основы объективного учения о цвете и изучает цвет с различных аспектов:

- физического (объективные законы и феномены цвета),
- физиологического (влияние на физиологию человека),
- психологического (темперамент цвета, др.).

Физиологами научно доказано, что взаимодействие биосистемы человека с цветом и его излучением, не зависит от настроений субъекта. Но в рассмотрении сущности процесса психологического и физиологического воздействия цвета на человека, научном сообществе существуют различные концепции. Так, некоторые исследователи отмечают, что в культурной традиции человечества сложились неосознаваемые (биоархитепические) представления, в которых между определёнными цветами возникли свои символические значения. На основе которых, при встрече человека с цветом возникает спонтанное ассоциирование ощущений (физиологического и психологического характера) с закреплением в данной культурной традиции символическим смыслом.

Другой подход основывается на том, том, что фундаментом «осмысления» или «означивания» цвета является глубинная связь между световыми вибрациями отдельного цвета и неосознаваемой психической динамикой. Так, М. Люшером были разработаны основы функциональной психологии восприятия цвета. «Истоки интуиций М. Люшера могут быть связаны с теоретическими изысканиями великих абстракционистов XX века – Кандинского, Малевича и Мондриана» [1].

«Крупнейший исследователь цвета в искусстве, И. Иттен, подчеркивал, что эффекты разнообразного восприятия цвета и возможность управлять ими должны стать основой эстетического учения о цвете. При этом проблемы субъективного восприятия цвета оказываются особенно важными в художественном воспитании, искусствоведении, архитектуре и для художников (дизайнеров), работающих в области рекламы и моды. Он предлагал изучать эстетические аспекты по трем направлениям: «чувственно-оптическому (импрессивному), психическому (экспрессивному), интеллектуальному (конструктивному)» [2].

Для дизайнеров интерес представляют все аспекты влияния цвета, как физические, так и физиологические, и психологические, поскольку в проектной деятельности учитываются все факторы. Курсы «Цветоведение» (заканчивается на 1-м курсе) и «Академическая живопись» (заканчивается на 2-м курсе) дают общую систему знаний о цвете и живописи. Далее стоит задача применения этих знаний в проектной деятельности, что имеет свою специфику, которой и нужно обучать студентов.

Поэтому следующий уровень обучения, базируясь на дисциплинах «Академическая живопись» и «Цветоведение», в своём развитии, носит более абстрактный характер, который должен быть приближен к задачам, решаемым в проектной деятельности. Его цели значительно усложняются, курс работы с цветом можно разделить на 3 уровня:

1. Практическая психология цвета.
2. Цветная графика.
3. Управление цветом в проекте.

В дизайне, в общем, и в графическом дизайне, в частности, под «практической психологией цвета» понимается управление ассоциациями, возникающими у зрителя, при просмотре визуального ряда, созданного дизайнером в любой из областей визуальных коммуникаций. Для управления такими ассоциациями, дизайнеру необходимы определённые знания, умения, навыки в области цвета, упомянутые выше. Так как теоретические исследования в области психологии цвета очень объёмны, в связи с этим студентам необходимо давать подборку основных сведений (психологическое восприятие и значимые аспекты в культурных сферах разных народностей), закрепляя теорию практикой. Дисциплиной, способствующей развитию творческих качеств обучающегося, необходимых в проектной деятельности, и предлагающую определённую теоретическую базу в области психологии цвета, является «Специальная живопись». Она соединяет теоретические положения в области психологии цвета их практическое применение в решении специально поставленных учебных задач.

В основу заданий первого уровня изучения дисциплины «Специальная живопись» могут войти различные упражнения с цветовыми ассоциациями. В них постановка конкретных практических задач может быть связана как с визуализацией эмоциональных состояний (радость, грусть, тоска, раздражение, уравновешенность и т.д.), так и с различными областями деятельности человека. Также, одной из тем, с которой желательна длительно работать, может быть отображение мира «невидимого», но столь же реального для человека. Это сфера

жизни, в которой задействован не визуальный орган (глаза), а другие органы чувств, такие как обоняние, осязание, чувство вкуса, чувство слуха. Поскольку будущий дизайнер должен быть готов к работе в любом смысловом сегменте, подобные упражнения, на сложнейшие ассоциативные процессы перевода звуковых, вкусовых, обонятельных и осязательных впечатлений в визуальный ряд, увеличивают диапазон графических средств выразительности и профессиональные возможности выпускника.

Задания по «практической психологии цвета» можно представить как последовательность и единство трех этапов, итогом которых является творческий результат, но каждый этап предстаёт как самостоятельный и направлен на решение следующих задач:

1. «Цветовое впечатление» (организация цветового настроения на основе объективного характера цвета и цветовых сочетаний, импрессионный аспект) – развитие у обучающихся глубины и градаций цветовых ощущений;
2. «Цветовая композиция» (динамика, статика, ритмы, включение фактур, др., экспрессивный аспект) – развитие композиционного мышления;
3. «Цветовые ассоциации» (завершённый образ и выявленный характер) – развитие художественного и креативного мышления, и на основе предыдущих заданий выработка навыка компилятивного характера и умения завершить работы.

При выполнении группы заданий первого этапа необходим разбор настроения, образа, эмоционального состояния заданной ассоциации, а также теоретическое рассмотрение аспектов возникновения цветовых ассоциаций в чистом виде (например, при локальной заливке) В процессе выполнения предварительных цветовых эскизов (желательно акварелью) происходит интуитивно-чувственное подключение к эмоциональной стороне образа. Основной акцент в работе направлен на поиск цветового характера, выражение его эмоциональных качеств.

Вопросы «цветовой композиции» в заданиях второго этапа решаются на основе уже выверенного эмоционального цветового звучания первого задания. В границах найденного цветового строя, обучающемуся предлагается «поиграть» с ритмической, динамической и другими композиционными составляющими. Приветствуется внесение разнообразия в технику исполнения (кисть, карандаш, фактурность бумаги, акварель, гуашь, акрил и др.).

Цель группы заданий третьего этапа «Цветовые ассоциации» – носит компилятивный характер и является итогом заданной темы, выявляя характер и образ ассоциации. Завершается работа над упражнением в компьютерных программах (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw, др.). Так, процесс погружения в «практическую психологию цвета» завершается с освоением соответствующего аспекта информации и расширением возможности обучающегося к развитию ассоциативного, абстрактного, креативного и художественного мышления.

Если на первом уровне обучения мы используем в основном живописные приёмы при работе с цветом, то переходя на следующий уровень – «Цветной графики», мы начинаем работать с графическими закономерностями.

Живопись и графика решают разные задачи. «Принципиальное отличие графики от живописи ... заключается ... в совершенно особом отношении между изображением и фоном, в специфическом понимании пространства. Если живопись по самому существу своему должна скрывать плоскость изображения (холст, дерево и т. п.) для создания объемной пространственной иллюзии, то художественный эффект графики как раз состоит в своеобразном конфликте между плоскостью и пространством, между объемным изображением и белой, пустой плоскостью бумажного листа» [3].

В живописи цвет моделирует форму объектов и пространство, а в графике цвет подчинён плоскостным решениям. «Антипространственная» тенденция графики особенно ярко проявляется в ее отношении к цвету. Всюду, где графика применяет цвет, она стремится отнять у него пространственную функцию и подчеркнуть плоскостной характер, или накладывая цвет равномерным пятном, избегая лепить краской, или оперируя бледными тонами, или выделяя светлые и теплые, которые имеют тенденцию приближаться к передней плоскости» [3].

Дизайнер-график решает профессиональные задачи в плоскости листа, в его двумерном пространстве, используя первичные средства живописи и графики: точку и линию, а также их производные – штрих и пятно, как утверждал в своих работах Кандинский [4]. Пространство, появляющееся в листе, формируется за счёт тональных соотношений светлых и тёмных пятен или линий разных тональностей, форм и контрформ в композиции.

Для примера можно рассмотреть такие виды цветного эстампа, как обрезная гравюра на дереве (яркий представитель этого жанра – Кацусика Хокусай и его работы «Красная Фудзи», «Большая волна в Канагаве» и др.) и линогравюра (Анри Матисс, Пабло Пикассо, Вадим Фалилеев, Александр Дейнека). Эти виды тиражной графики печатаются в несколько досок (в зависимости от количества цветов), каждая из которых отвечает за свой цвет. Но общая цветовая палитра этих работ гораздо богаче и достигается это за счёт перекрытия областей с нанесёнными разными красками, которые, смешиваясь в определённых пропорциях на пересекающихся областях, дают дополнительные сложные цвета в палитре работы. Этот принцип цветного эстампа близок к технологии четырёхкрасочной офсетной печати, поэтому понимание студентами процесса печати цветного эстампа даёт им возможность лучше разобраться в принципах полиграфического производства.

В графическом дизайне цвет используется локально, именно поэтому так важно изучение цветовой конструкции и навыки управления ею в проекте.

Это может быть реализовано несколькими способами, например, начальные навыки цветового конструирования могут быть приобретены по методике Иттена [5].

Основная цель заданий – выстраивание изобразительной поверхности плоскости листа (освоение законов ее организации). Определяются принципы изображения на ней цветового пятна – силуэта или группы силуэтов. Группа заданий предполагает отход от непосредственных чувственных впечатлений цвета, приближает обучающегося к интеллектуальному (конструктивному) способу работы с цветовой формой на основе формальных беспредметных композиций.

Цвет приобретает знаковое, а иногда и символическое значение и подчиняется плоскости листа и единому замыслу. Темы упражнений приближаются к проектным заданиям, требуя от обучающегося осознанности при использовании живописных средств и необходимости интеллектуальных поисков (усилий). Таким образом, для обучающегося процесс создания цветной графики представляет процесс освоения конструктивного цветового построения.

Третий уровень - «Управление цветом в проекте».

Графический дизайн – это одно из основных средств визуальных коммуникаций, которые дают возможность передавать информацию при помощи знаков, изображений, образов, инфографики и т.д. [6]. Визуальная коммуникация объединяет в себе цвет, вербальную составляющую, образы, чтобы создать сообщения, которые будут эстетически приятны взгляду зрителя, будут наполнены понятной и необходимой информацией. При проектировании средств визуальной коммуникации необходимо учитывать грамотное использование цветографических элементов, ведь цветовой канал – один из важнейших в коммуникативной области. Цвето-эмоциональная информация считывается в первую очередь и является мощным ключом к созданию эмпатических связей с объектом восприятия.

Следующим уровнем, который базируется на знаниях и навыках двух предыдущих, является собственно решение проектных задач: цветовая идентификация, дифференциация, решение рекламных задач. Все эти моменты должны в определённой степени коррелировать с маркетинговыми задачами в той области бизнеса, для которой работает дизайнер-график.

Этот аспект довольно подробно описывает Ник Коленда в статье «Цветовая психология: полный гид для маркетологов», где он также представляет цветовые модели, по которым можно ориентироваться, выбирая цветовые сочетания для тех или иных объектов дизайна [7]. В этом случае цветовое оформление перестаёт быть только эстетической составляющей, оно приобретает дополнительный функционал. Например, при создании системы идентификации студент должен учитывать, что цветовое решение является одним из графических констант, по которому будет происходить узнавание объекта у потребителя и возникать дальнейшая эмпатия.

Цветовая дифференциация применяется тогда, когда есть необходимость быстро отличить объекты, сгруппированные по разным признакам. В этом случае признаку присваивается свой цвет, и все объекты данной группы окрашиваются в него. Например, студенты выполняют задание по разработке упаковки линейки продуктов с разными добавками. Одним из способов решения такой задачи является цветовая дифференциация упаковки.

Несомненно, эмоциональные цветовые конструкции широко используются и в рекламе. Они дают возможность использовать определённые преимущества, такие как: привлечение внимания, подсказки, акценты, запоминаемость, позиционирование, формирование отношения.

На первом этапе этого уровня обучающимся предлагается вербальная модель для цветового изображения. Вербальная модель может постепенно усложняться от одного слова или словосочетания до коротких сценарных зарисовок. Вербальной

моделью могут быть образная зарисовка, стихи (японские хокку), небольшой сюжет или сказка, баллада. Заданная модель может постепенно усложняться от одного слова или словосочетания до коротких сценарных зарисовок или даже сложных образно-сюжетных решений. Практический опыт работы с цветовыми настроениями, полученный ранее, позволяет обучающимся управлять эмоциональной (импрессивной) составляющей. Следующий частью задания является анализ и систематизация различных характеристик (целевых, типологических, маркетинговых, психоэмоциональных, эстетических, др.). Интеллектуальный (конструктивный) подход к анализу вербального словосочетания, сюжета и цветовое конструирование, при выполнении задания, приближает обучающегося к практическому управлению цветом в проекте. Последовательность работы может быть выстроена следующим образом: сначала – анализ заданной ситуации и цветовых предпочтений, затем – отработка цветового впечатления в краткосрочных упражнениях, и наконец, – конструктивно-композиционный, итоговый решением.

На втором этапе студентам будут предложены задачи из профессиональной области, ориентированные на практическое использование цвета в проекте.

Итак, мы видим, что на третьем уровне изучения цвета студент должен в практическом ключе применять знания и навыки, которые он получил на первых двух уровнях, подключая к ним информацию из специализированных исследований функционирования цвета в профессиональной области.

Основой методического построения всего курса «Специальной живописи» является единый принцип последовательности ведения работы: от простого к сложному, от эмоционально-чувственного к анализу и конструктивному решению. Он основан на особенностях познавательного процесса, связанного со спецификой воздействия цвета и его восприятия. Так, на «чувственно-нравственное воздействие цвета» на личность указывал в своем фундаментальном труде И. В. Гете. Антропософ Р. Штайнер писал, что для гармоничного развития личности, формирования его художественной культуры необходимо «уметь думать цветом и формой в равной мере так же хорошо, как идеями и мыслями» [2]. Требуется обновление методов и методик обучения студентов-дизайнеров, как для повышения качества профессионального образования, развития художественной культуры студентов, так и для их личностного развития, для активной творческой деятельности на благо общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бреслав, Г.Е. Цветопсихология и цветолечение для всех. – СПб.: Б&К, 2008.
2. Шафикова, Р.Ш., Формирование художественно-эстетической культуры студентов-дизайнеров в вузе средствами цвета и живописи: дис.... канд. пед. наук: 13.00.02 – М., 2015.
3. Виппер, Б.Р. Введение в историческое изучение искусства. – М.: Издательство В. Шевчук, 2015.
4. Кандинский, В. Точка и линия на плоскости. – СПб.: Азбука, 2016.

5. Иттен, И. Искусство цвета. – М.: Издатель Дмитрий Аронов, 2018.
6. Визуальная_коммуникация [Электронный ресурс] – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Визуальная_коммуникация (дата обращения 05.08.2018 г.)
7. Цветовая психология: полный гид для маркетологов [Электронный ресурс] – URL: http://www.cmsmagazine.ru/library/items/graphical_design/color-psychology/ (дата обращения 09.08.2018 г.)