

УДК 001.891:76.012–051

Дослідницький складник у графічному дизайні

Сергій ШАШЕНКО
асист.

Київський національний
університет імені Тараса
Шевченка

вул. Юрія Ілленка, 36/1,
02000, Київ, Україна

s.shashenko@gmail.com

ORCID 0000–0002–9794–5937

© Шашенко С., 2024

Наукове осмислення роботи графічного дизайнера як дослідницького процесу є визначальним для розуміння сутності та значення дизайну. Дослідження відкривають глибинні принципи та методологію дизайнерської практики, що сприяє розвитку якості дизайну. Матеріал публікації спрямовано на сприяння підвищенню престижу дизайну, оскільки науково обґрунтоване розуміння важливості складної та різноманітної дизайнерської практики допомагає інтегрувати його в різні сфери суспільного життя.

Наукова новизна статті полягає у встановленні взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження, що допомагає розширити розуміння процесів дизайну та підвищити якість професійних рішень у цій галузі. Розглядається застосування методів, які використовуються у професійній діяльності дизайнера, а також ті, які науковці задіюють для вивчення результатів дизайн-процесу, що сприяє розвитку знань та постійним інноваціям у цій сфері.

Мета статті полягає в дослідженні важливості взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження. Відсутність систематизованого матеріалу з цієї теми підкреслює необхідність вивчення практичної діяльності графічного дизайнера.

У публікації здійснено розширений опис професійних видів діяльності графічних дизайнерів. Розглядаються дві моделі роботи. Розуміння та застосування цих моделей допомагає визначити роль дослідження в дизайні та підкреслити важливість методів роботи графічних дизайнерів для досягнення успішних результатів.

Далі у статті визначено типи досліджень, які дизайнери використовують на практиці. Встановлено зв'язок між графічним дизайном і методами наукових досліджень, окреслено проблеми та перспективи їхньої взаємодії та визначено значення дослідницької діяльності в роботі графічного дизайнера.

У висновках наголошується на важливості інтеграції різних дослідницьких методологій у графічний дизайн для покращення якості результатів та сприяння розвитку галузі. Прикладні дослідження можуть бути обмежені у наданні вичерпних аргументів на користь ефективності дизайну, тому важливо поєднувати їх з академічними дослідженнями. Інтеграція наукових методів у практику графічного дизайну сприяє розвитку галузі та забезпечує розробку якісних професійних рішень. Систематизований підхід як від дизайнерів, так і від науковців, є визначальним для успішної взаємодії між графічним дизайном і дослідженнями.

Ключові слова: графічний дизайн, практична діяльність дизайнера, дизайн-процес, дослідження, візуальна інформація.

RESEARCH COMPONENT IN GRAPHIC DESIGN

Serhii SHASHENKO

Assistant

Taras Shevchenko National University of Kyiv

36/1 Yu. Illienko St., 02000, Kyiv, Ukraine

s.shashenko@gmail.com

ORCID 0000-0002-9794-5937

The scientific understanding of a graphic designer's work as a research process is crucial for understanding the essence and meaning of design. The studies reveal deep principles and methodology of design practice, which contributes to design quality development. The publication material is aimed at promoting the prestige of design, as a scientifically based understanding of the importance of complex and diverse design practice helps to integrate it into various spheres of public life.

The scientific novelty of the article lies in establishing the relationship between graphic design and scientific research methods, which helps to expand the understanding of design processes and improve professional solutions quality in this area. The author considers the application of methods used in the professional activity of a designer, as well as those used by scientists to study the results of the design process, which contributes to the development of knowledge and constant innovation in this area.

The purpose of the article is to explore the importance of the relationship between graphic design and scientific research methods. The lack of systematic material on this topic emphasises the need to study the practical activities of a graphic designer.

The publication provides an extended description of the graphic designers' professional activities. Two models of work are considered. Understanding and applying these models helps to define the research role in design and emphasise the importance of graphic designers' working methods to achieve successful results.

Further, the article identifies the research types that designers use in practice. The author establishes the relationship between graphic design and scientific research methods, outlines the problems and prospects of their interaction, and defines the importance of research activity in the graphic designer's work.

The conclusions emphasise the importance of integrating different research methodologies in graphic design to improve the quality of results and promote the industry development. Applied research can be limited in providing a comprehensive argument for design effectiveness, so it is important to combine it with academic research. The integration of scientific methods into the practice of graphic design contributes to the development of the industry and ensures the development of high-quality professional solutions. A systematic approach from both designers and scientists is crucial for successful interaction between graphic design and research.

Keywords: *graphic design, designer's practical activity, design process, research, visual information.*

Постановка проблеми

Графічний дизайн — це динамічна сфера, що поєднує в собі візуальну комунікацію, естетику, креативність та дослідницький процес. Дизайнери, подібно до науковців, досліджують проблему, генерують ідеї, тестують та вдосконалюють рішення, щоб зрештою презентувати результат.

Це комплексна й динамічна галузь, що впливає на багато інших сфер життя й охоплює різноманітні креативні вміння, тому вивчати графічний дизайн складно (Емброуз & Оно-Білсон, 2019).

Проблематику теми зумовлює низка аспектів.

1. Неусвідомлення дослідницького складника. Дизайнери часто не усвідомлюють або недооцінюють дослідницький аспект своєї роботи. Це може призвести до невикористання ефективних методів дослідження та, як наслідок, до менш якісних результатів.

2. Відсутність методологічної єдності. Не існує чіткої та універсальної методології дослідницького процесу в дизайні. Це ускладнює обмін досвідом та знаннями між дизайнерами, а також оцінку результатів досліджень.

3. Недостатня рефлексія. Дизайнери не завжди ретельно аналізують та описують свій дослідницький процес, що ускладнює навчання та передачу досвіду наступним поколінням дизайнерів.

4. Обмеження часом і ресурсами. Дизайнерська практика часто жорстко обмежена часом і бюджетом. Такі обмеження ускладнюють проведення ґрунтовних досліджень.

5. Нечітка презентація результатів. Дизайнерам не завжди вдається чітко та лаконічно презентувати результати своїх досліджень. Це може ускладнювати розуміння та прийняття дизайнерських рішень клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

Вирішенням описаних проблем може стати підвищення обізнаності про дослідницький складник роботи дизайнера, впровадження курсів із дослідницьких методів у програми освіти, узагальнення та систематизація наявного досвіду дослідницької роботи в дизайні, розробка нових методів та інструментів дослідження, написання статей та книг про дослідницький процес у дизайні, проведення конференцій та семінарів з обміну досвідом.

Актуальність і новизна теми

Наукове осмислення роботи графічного дизайнера як дослідницького процесу має суттєве значення для розуміння природи та значення дизайну: дослідження розкривають глибинні принципи та методологію дизайнерської практики.

Важливість теми вбачаємо й для розвитку дизайнерської освіти. Розуміння дослідницького складника дизайну може покращити навчальні програми та якісно підготувати нове покоління фахівців.

Матеріал цієї публікації може сприяти підвищенню статусу дизайну. Наукова обґрунтованість важливості складної та багатогранної дизайнерської практики допоможе інтегрувати дизайн у різні сфери суспільного життя.

Мета статті полягає в розгляді важливості взаємозв'язку між графічним дизайном та методами наукового дослідження. Розглядається застосування методів, які використано в професійній діяльності дизайнера і які задіюють науковці для вивчення результатів дизайн-процесу. Відсутність систематизованого матеріалу з теми зумовлює необхідність досліджень про практичну діяльність графічного дизайнера. Стаття спрямована на підвищення усвідомленості про значення досліджень у цій сфері та підкреслення важливості розвитку бази аргументів для провокування й підтримки змін у системах візуальної інформації в різних сферах суспільного життя.

Завдання статті:

- здійснити розширений опис професійних видів діяльності графічних дизайнерів;
- визначити типи досліджень, які дизайнери використовують на практиці;
- з'ясувати взаємозв'язок між графічним дизайном і методами наукових досліджень;
- зробити висновки про роль проведення досліджень у професійній діяльності дизайнера та аспекти наукового аналізу в дизайн-процесі.

Вивчення та вирішення проблем, пов'язаних із дослідницьким процесом у дизайні, має високий пріоритет. Це допоможе підвищити якість професійних рішень, посилити статус дизайну як наукової та інноваційної сфери, підготувати нове покоління фахівців, які володіють ефективними методами дослідження.

Стан розробки питання

Тема дослідницьких аспектів у роботі графічного дизайнера складна через недостатню вивченість. В Україні ця тема не здобула уваги науковців. У цій роботі, ймовірно, вперше серед українських науковців розглядається окреслена проблематика.

Натомість у світовій науковій спільноті цю проблему розробляли протягом багатьох років. Серед фундаментальних дослідників можемо назвати Джона Берге (розглядав дизайн як форму дослідження, що використовується для розуміння та критичного аналізу світу), Річарда Фуллера (вважав дизайн «процесом дослідження», спрямованим на вирішення проблем та покращення життя людей), Герберта Саймона (дослідив процес прийняття рішень та творчість у дизайні, описуючи його як «процес пошуку»), Дональда Шона (розглядав ди-

зайн як «рефлексивну практику», що передбачає постійне навчання та вдосконалення).

Сьогодні багато хто намагається визначити архетипи, типології та таксономії для дизайн-досліджень (наприклад, Джеймс Пірс) (Pierce, 2021). Вплив цього допарадигмального характеру полягає в тому, що багато зусиль витрачається на внутрішні дискусії, пов'язані з епістемологією, методами та конвенціями галузі, які ще тільки формуються (Durrant et al., 2017), водночас обсяг потенційного впливу галузі невпинно зменшується. Розмаїття методів, які використовують дослідники дизайну, навички, на які вони спираються, а також широкі масштаби впливу — це чинники, які роблять сферу дизайн-досліджень такою, що визначається своєю гетерогенністю. Ця гетерогенність робить дослідження потужними, але водночас ускладнює їхній вихід за межі допарадигмальної форми. Практичні наслідки цього — безліч ініціатив, які «...не описують себе так, щоб їх можна було ідентифікувати як приклади дизайн-досліджень» (Lindley & Coulton, 2020).

Для встановлення взаємозв'язку між дизайн-процесом і дослідженнями в ньому й про нього звернемося до робіт Ніла Леонарда та Гевіна Емброуза (2019) (запропонували огляд видів і форматів дослідження для дизайнерів), Карела ван дер Ваарде (van der Waarde, 2012) (узагальнив моделі роботи графічних дизайнерів), Роберта Гарланда (Harland, 2020) (запропонував спосіб відмежувати практику графічного дизайну від вивчення цієї практики).

Спроби пов'язати науковий інтерес до дизайну та дослідження в практиці дизайну не були достатньо аргументованими, а отже, не було чітко визначено, яким чином дослідження графічного дизайну можуть сприяти кращому розумінню природи його практики. Цьому не допомогла й безсистемна номенклатура, яка заплутує зв'язок графічного дизайну з іншими візуальними практиками та його відмінність від них (Harland, 2020).

Вивчення та адаптація світового досвіду в цій сфері може суттєво збагатити українську дизайнерську практику, освіту та науку. Наша публікація покликана привернути увагу українських вчених й окреслити новий вектор в академічному осмисленні графічного дизайну.

Виклад основного матеріалу

Опис видів діяльності в практиці дизайну

Практична діяльність графічного дизайнера охоплює широкий спектр завдань, пов'язаних з візуальним оформленням та комунікацією. Серед вимог до представників цієї професії фігурують креативність, уміння генерувати ідеї, аналітичні здібності, комунікабельність, уміння працювати з людьми, володіння комп'ютером, знання

графічних редакторів та спеціалізованого програмного забезпечення. Це узагальнений перелік характеристик, який можна виявити на сайтах із розміщення вакансій (Creative Practice, 2023).

Для опису практичної діяльності графічного дизайнера необхідно дати відповіді на такі запитання:

- що робить дизайнер?
- чому він це робить?
- як він це робить?

Щоб відповісти на ці питання не з точки зору ринкових відносин, а з позицій науки, потрібно розглянути дві моделі роботи графічних дизайнерів (van der Waarde, 2012).

Перша модель: створення візуальної конфігурації

Перша модель пов'язана зі створенням форми візуальної інформації з урахуванням її особливостей. Вона розглядає те, як візуальні елементи (текст, зображення тощо), об'єднуються разом для створення цілісного візуального представлення. Цей процес називається «розробкою візуальної концепції» чи «унаочненням ідей».

Друга модель: робота з засобами візуальної виразності

Ця модель будується на рішеннях, які дозволяють візуальній конфігурації набути форми. Підкреслимо, що власне проектування — це лише один із аспектів обов'язків графічного дизайнера. Окрім проектування, графічні дизайнери повинні здійснювати різні дії, щоб забезпечити ефективність візуальних засобів та їхню відповідність цілям проекту.

Ці дві моделі підкреслюють багатогранність роботи графічного дизайнера, що охоплює не лише творчий процес проектування, але й прийняття стратегічних рішень та міркувань, які лежать в основі успішної візуальної комунікації. Наголосимо на важливості того, що розуміння й застосування цих моделей стане нам у пригоді під час аналізу досліджень у сфері графічного дизайну.

Детальніше розглянемо ці дві моделі з метою їхнього застосування для визначення ролі дослідження в дизайні.

Перша модель

Заглибимося в процес розгляду візуальних елементів у графічному дизайні та подальше прийняття рішень, пов'язаних із вибором певних візуальних особливостей. Специфіка роботи графічних дизайнерів полягає в роботі з різними візуальними елементами — текстом, зображеннями та іншими компонентами дизайну, зокрема й динамічними, наприклад, анімацією та інтерактивністю.

Але як з'ясувати, чому дизайнер обирає ту чи іншу візуальну конфігурацію? Що керує цими рішеннями? Ці питання підштовхують до виокремлення іншого виду діяльності графічних дизайнерів, який

полягає в визначенні цілей візуальних елементів і розробці «візуальної стратегії» для досягнення цих цілей.

Робота графічного дизайнера полягає в досягненні балансу між трьома визначальними аспектами розробки візуальної стратегії:

- візуальна ідентифікація (фокус на джерелі інформації та пов'язаному з ним брендингу або ідентичності);
- візуальне представлення (характеристики контенту — стосується змісту, який передається через дизайн);
- візуальна ієрархія (визначення порядку елементів, з чого глядачі повинні почати читати або взаємодіяти з дизайном; виділення найважливіших елементів).

Незважаючи на різноманітність термінології, основні принципи та цілі візуальної стратегії залишаються незмінними для різних дизайнерів та проєктів. Ретельно зваживши ці три цілі та включивши їх у свою візуальну стратегію, дизайнери можуть створювати продукт, який ефективно передає задумане повідомлення, залучає глядачів і відповідає загальним цілям проєкту. Такий стратегічний підхід до візуального дизайну допомагає дизайнерам створювати змістовні та ефективні рішення для забезпечення ефективної комунікації.

Хоча розробка візуальної стратегії має вирішальне значення в графічному дизайні, це не єдиний вид діяльності, який провадять фахівці цієї сфери. Дизайнери можуть відчувати, що вони успішно досягли своїх візуальних цілей під час роботи над своїми проєктами. Однак важливо визнати, що не вони приймають остаточні рішення в процесі розробки. Адже існує ще один вид діяльності — врахування інтересів зацікавлених сторін.

Професійні графічні дизайнери як правило працюють на замовлення. Їхня роль полягає в тому, щоб встановити зв'язки між замовником і споживачем, тобто врахувати взаємовідносини між замовниками (клієнтами або зацікавленими сторонами, які замовляють дизайнерську роботу) і споживачами (аудиторією чи користувачами, які будуть взаємодіяти з дизайном). Дизайнери повинні орієнтуватися й розуміти динаміку відносин між цими двома сторонами, щоб продукт їхньої роботи ефективно передавав задумане повідомлення й резонував з цільовою аудиторією. Цей вид діяльності полягає в умінні передбачити, що хочуть знати споживачі й що хочуть донести до них замовники. Продукт дизайну втілює цей конкретний «візуальний діалог» і робить видимим зв'язок між замовником і споживачем.

Визнаючи важливість відносин між сторонами, дизайнери можуть створювати дизайн, який не лише відповідає візуальним цілям, але й потребам та очікуванням клієнтів і кінцевих користувачів. Такий цілісний підхід до графічного дизайну враховує ширший контекст,

у якому дизайн має на меті визначення значущих та ефективних рішень для візуальної комунікації.

Отже, ми визначили всі три види діяльності, які виконують графічні дизайнери одночасно: розгляд візуальних елементів, розробку візуальної стратегії та сприяння візуальному діалогу. Ці види діяльності взаємопов'язані й вимагають від дизайнерів безперешкодної навігації між елементами, стратегією та діалогом.

Проте це лише узагальнена схема (однак ця схема унаочнює лише першу модель), що відображає основні види діяльності графічних дизайнерів, адже детальніший аналіз розкриває складніший процес. Існує ще одна закономірність, яка вказує на те, що процес дизайну є багатограним і, крім основних видів діяльності, включає в себе додаткові пласти.

Визнаючи багатогранність графічного дизайну та складні взаємозв'язки між замовниками, споживачами, візуальними елементами, стратегією та діалогом, дизайнери здатні створювати комплексні та ефективні візуальні комунікаційні рішення, які забезпечують ефективність взаємодії з цільовою аудиторією.

Існує друга модель, яку також можна застосувати в практиці більшості графічних дизайнерів.

Друга модель

Початковою точкою другої моделі є попередня схема — це спеціалізована практична діяльність. Однак графічні дизайнери провадять додаткові види діяльності, що виходять за межі цієї спеціалізації. Розглянемо їх.

Одним із таких видів діяльності є організація проєктів. Дизайнери беруть участь у плануванні та управлінні проєктами. Це передбачає збалансування таких чинників, як розподіл часу, необхідні навички, потреби в знаннях і витрати на проєкт. Важливо, що організація проєкту — це не одноразове завдання, а безперервний процес, який охоплює весь життєвий цикл реалізації продукту — від ініціації до завершення. Одночасне управління кількома проєктами може ускладнити цю організаційну роль.

Ще однією важливою діяльністю для графічних дизайнерів є переконання замовників або клієнтів у перевагах свого дизайну. Це передбачає розробку переконливих аргументів під час процесу проєктування та переконливе представлення їх зацікавленим сторонам. Для цього потрібне вміння документувати ці аргументи у звітах та ефективно доносити їх під час усних презентацій.

Беручи участь в організації проєкту та переконливій комунікації з замовниками, графічні дизайнери підвищують свою здатність продукувати успішні професійні рішення, які не лише відповідають візу-

альним вимогам, але й узгоджуються з цілями проєкту та ефективно доносять цінність дизайну до стейкхолдерів.

У певних ситуаціях дизайнерам необхідно провести тестування та оцінювання свого дизайну. Цей процес може варіюватися від неформальних сесій зворотного зв'язку з колегами до більш формальних юзабіліті-тестів за участю потенційних користувачів у контрольованих умовах. Тестування та оцінка допомагають зібрати цінну інформацію та відгуки, щоб доопрацювати та покращити свій результат на основі реакції та вподобань користувачів. Тестування та оцінка є четвертою діяльністю, яку розглядають дизайнери.

Наступне — це зміни проєкту після його затвердження. Дизайнери мають вносити зміни до затверджених проєктів, спираючись на відгуки замовників та результати тестування. Цей ітеративний процес доопрацювання гарантує, що остаточний дизайн відповідає бажаним цілям і вирішує будь-які виявлені проблеми чи занепокоєння.

Дизайнери також повинні враховувати виробниче середовище та його специфічні вимоги під час завершення роботи над дизайном. Виробничі обмеження, зокрема специфічні особливості цифрової платформи, можуть вплинути на реалізацію дизайну та його презентацію аудиторії. Адаптація дизайну до виробничих вимог забезпечує плавний перехід від концепції до реалізації.

У сукупності ці види діяльності охоплюють фазу реалізації дизайн-процесу. Від комунікації та тестування до модифікацій і виробничих міркувань — кожен крок сприяє втіленню якісно продуманої візуальної конфігурації в життя для цільової аудиторії. Кульмінація цієї діяльності гарантує, що дизайн ефективно передає задумане повідомлення та резонує з потребами та вимогами споживачів.

Існує ще один вид діяльності, ймовірно, найпроблематичніший. Графічні дизайнери повинні брати до уваги контекст, у якому вони працюють. Це пов'язано з такими чинниками, як соціальні, фінансові, історичні та мовні проблеми.

Дизайнери повинні бути ознайомленими з мовними особливостями, суспільними нормами, історичним і культурним тлом, а також стандартними практиками середовища, щоб ефективно адаптувати свої проєкти до конкретного контексту.

Наступний вид діяльності пов'язаний з конкретною проблемою. Дизайнери визнають, що часто непрактично перебудувувати всю ситуацію, оскільки радикальні зміни можуть бути руйнівними й непередбачуваними. Натомість дизайнери зосереджуються на виявленні та вирішенні конкретних проблем у певному контексті. І для того, щоб підійти до проблеми в рамках конкретної ситуації, необхідно розглянути перспективу або підхід. Який саме підхід був би найбільш прийнятним для вирішення проблеми в конкретній ситуації?

Чи має стратегія враховувати чинники технологічні (як можна використати цифрові пристрої?), економічні (чи існують дешевші способи зробити це?), екологічні (наїекологічніший спосіб виконати роботу), естетичні (який результат буде найпривабливішим?) тощо.

Узгодження ситуації, проблеми та стратегії формує основу кожного дизайн-проекту, впливаючи на візуальні рішення, що приймаються впродовж усього процесу.

Останній для розгляду вид діяльності. Графічні дизайнери часто замислюються над тим, чи відповідає проект їхньому особистісному зростанню та цінностям. Коли постають різноманітні виробничі можливості, дизайнери оцінюють, чи резонує проект, наприклад, розробка упаковки для сигарет, ліків, військова тематика чи ініціативи зі скорочення витрат в освіті, з їхньою етичною позицією та професійними прагненнями. Вони зважують етичні наслідки та особисті уподобання, пов'язані з кожним проектом; обмірковують, чи будуть вони пишатися тим, що продемонструють цю роботу у своєму портфоліо.

Кожен реалізований проект впливає на репутацію та позиціонування графічного дизайнера. Дизайнери мають ретельно оцінити проекти, в яких вони беруть участь, розуміючи, що їхнє портфоліо відображає їхній досвід, цінності та професійну ідентичність. Хоча деякі проекти можуть пропонувати фінансову винагороду, дизайнери також цінують проекти, які сприяють їхньому особистісному зростанню та самореалізації, навіть якщо вони не є фінансово прибутковими. Врахування особистого розвитку в процесі вибору проектів підкреслює важливість узгодження професійних зусиль з індивідуальними цінностями та кар'єрними прагненнями.

Отже, маємо цілу сукупність складних видів діяльності, які виконують графічні дизайнери у своїй роботі.

Психічну активність дизайнера в процесі роботи можна порівняти з «павутиною дій», де кожна дія впливає на всі інші. Цей взаємозв'язок підкреслює, що рішення, прийняті в контексті одного напрямку діяльності, впливають і формують рішення в інших. Графічні дизайнери постійно орієнтуються в цих взаємопов'язаних рефлексіях, усвідомлюючи складність і взаємозалежність професійних рішень.

Процес дизайну не є лінійним, і через нелінійний підхід дозволяє творчо та адаптивно підходити до вирішення виробничих завдань. Дизайнери мають свободу досліджувати різні відповідні точки, виходячи з вимог проекту та свого творчого бачення й на основі власного досвіду. Така варіативність відповідних точок відображає багатовимірну природу дизайн-мислення та вирішення проблем. Дизайнери можуть підходити до проектів з різних точок зору, що приводить до унікальних та інноваційних рішень.

Це також пояснює те, чому в графічному дизайні професіонали працюють краще за аматорів: вони перевершують аматорів в ефективності встановлювати зв'язки між усіма видами діяльності. Професіонали можуть швидко орієнтуватися й перемикатися з однієї діяльності на іншу, спираючись на свій досвід і знання, щоб ефективно вирішувати виробничі завдання. Ця здатність відрізняє їх від аматорів, демонструючи цінність професійних послуг графічного дизайну.

Наразі це видається точним описом практики графічного дизайну. Визначення цього підходу створює підґрунтя для переходу до наступної частини.

Типи досліджень

Дослідження — рушій дизайнерського проєкту: воно допомагає обрати відповідний напрям і сфокусуватися, а також дуже впливає на якість результатів. Графічний дизайн — це форма вирішення проблеми, а інструменти, необхідні для того, щоб знайти рішення, отримуються внаслідок проведення дослідження. Простіше кажучи, гарне дослідження — гарний дизайн (Леонард & Емброуз, 2019).

У цій частині розглянемо типи досліджень у контексті графічного дизайну та дослідницької методології.

Прикладні кількісні та якісні дослідження — спрямовані на вирішення конкретних проблем або застосування наявних знань у нових ситуаціях. Ці дослідження залежно від мети, яку вони забезпечують, можна розмежувати на два підтипи,

Перші класифікуємо як аналітично-описові. Вони безпосередньо пов'язані з окремим проєктом. Його основна мета — забезпечити підтримку рішень, які є специфічними для конкретного дизайнерського проєкту. Здійснення такого прикладного дослідження фокусується на зборі інформації та ідей, які можна безпосередньо застосувати до поточного проєкту задля поліпшення результату проєктування.

Дизайнери проводять аналітично-описові прикладні дослідження, щоб зрозуміти контекст, проблему та підхід, необхідний для виконання проєкту. Наприклад, розробляючи логотип, дизайнери повинні розглянути наявні приклади в тематичному напрямі, щоб обґрунтувати свої дизайнерські рішення на основі тенденцій і трендів. Ці дослідження зосереджені на здобутті нової інформації, яку можна застосувати до поточного проєкту. Знання, отримані в результаті досліджень, поглиблюють досвід дизайнера та його розуміння вимог проєкту. Однак сфера такого дослідження обмежена конкретним проєктом і не може бути безпосередньо перенесена на інші проєктні завдання.

Другий підвид прикладних досліджень охарактеризуємо як аналітично-порівняльні. Характеризуються як такі, що стосуються не

окремого, а групи проєктів. Метою цього дослідження є виявлення закономірностей у професійній практиці та оцінка ефективності цих закономірностей. Аналізуючи спільні риси та тенденції в декількох проєктах, фахівці можуть отримати уявлення про ефективні стратегії дизайну та найкращі практики в цій галузі.

Дизайнери проводять такі дослідження, щоб проаналізувати та задокументувати тенденції, стратегії та підходи, які зазвичай використовуються в дизайн-проєктах. Вивчаючи колекції робіт, фахівці можуть розпізнати методологічні й технічні патерни, а також виокремити ефективні засоби дизайну. Результати дають уявлення про те, як працюють групи дизайнерів і яким чином сприяють встановленню найкращих практик у цій галузі. Цей тип досліджень фокусується не на створенні нових дизайнів, а на усвідомленні, описі та фіксуванні змін у практиці дизайну.

Фундаментальне дослідження — таке, що проводиться з метою формування нових знань у сфері графічного дизайну. На відміну від прикладних досліджень, фундаментальні зосереджені на поглибленні теоретичного розуміння, вивченні інноваційних концепцій та внеску в масив знань у цій галузі. Вони передбачають ретельне вивчення, критичний аналіз та наукове поширення результатів.

Фундаментальні дослідження можуть включати вивчення того, як люди сприймають і взаємодіють з візуальною інформацією, що сприяє розвитку теоретичних основ графічного дизайну. Заглиблюючись у теми, що розширюють межі знань, фундаментальні дослідження відіграють вирішальну роль у розвитку галузі й стимулюванні інновацій.

Щоб зберегти свій академічний статус, сфера дизайну повинна продовжувати виробляти власну базу знань, кращу експертизу та нові навички. З цієї причини навчання дизайну має відповідати «системі впорядкованої поведінки», що проявляється в розумінні та дослідженні нових знань, способів роботи та філософії мислення — а все це вимагає проведення досліджень (Muratovski, 2021).

Кожен тип дослідження слугує окремій меті в царині графічного дизайну. Прикладні мають на меті інформувати та спрямовувати конкретні дизайнерські рішення; вони проводяться для виявлення та перевірки закономірностей у практиці дизайну; фундаментальні — прагнуть розширити теоретичні та інтелектуальні засади графічного дизайну.

Підкреслимо, що ролі, які ці дослідницькі підходи відіграють у розвитку галузі графічного дизайну, є взаємодоповнювальними. Беручи участь у різноманітній пізнавальній діяльності, дизайнери збагачують свою практику, роблять внесок у розвиток знань про дизайн і сприяють постійним інноваціям у цій сфері. Інтеграція різних до-

слідницьких методологій посилює глибину розуміння, доступного для практиків і науковців у галузі графічного дизайну.

Проблеми та перспективи досліджень у графічному дизайні

Хоча прикладні дослідження проводяться в усіх сферах графічного дизайну, бракує усталених методів чи критеріїв якості для оцінки ефективності цих досліджень. Ця невизначеність викликає занепокоєння щодо надійності та достовірності результатів прикладних методів, підкреслюючи потребу в структурованих підходах у цьому аспекті дизайн-досліджень.

Попри значну кількість досліджень візуальних елементів, бракує вивчення візуальних стратегій, діалогів та перспектив замовників і споживачів продуктів графічного дизайну. Ця прогалина підкреслює важливість проведення досліджень: прикладних — для виявлення найкращих практик та академічних — для генерування нових знань та ідей.

Існує потреба вивчення того, як провідні графічні дизайнери презентують свої роботи важливим клієнтам; необхідно розробити системи класифікації для різних типів замовників та інструменти ефективно оцінки дизайнерських рішень. Усуваючи ці прогалини в науковому осмисленні, дизайнери можуть покращити своє розуміння процесів дизайну, поліпшити комунікацію з клієнтами та підвищити якість результатів дизайну.

Значення дослідницької діяльності в роботі графічного дизайнера

Чому графічні дизайнери повинні проводити дослідницьку діяльність або принаймні бути знайомими з вище описаною типологією?

Методи наукових досліджень відіграють важливу роль у посиленні аргументації та обґрунтуванні дизайнерських рішень. Наразі практика графічного дизайну стрімко розвивається. У цій професії досить легко отримати достойний дохід, але для цього потрібно аргументувати свою діяльність. Хоча особисті думки та досвід є цінними, їх не завжди достатньо, коли зацікавлені сторони ставлять під сумнів обґрунтування ефективності дизайну. У таких випадках дизайнери повинні покладатися на дослідження, щоб підкріпити свої аргументи надати доказову підтримку своїм проектним рішенням.

Важливо використовувати різні типи аргументів, отриманих із прикладних досліджень, найкращих практик, а також фундаментальних і перевірених знань. Демонструючи успішні реалізації дизайну в подібних контекстах і спираючись на встановлені правила, спеціалісти з графічного дизайну можуть підвищити довіру до своїх пропозицій і продемонструвати ефективність своїх проектних рішень.

Багато різних аргументів можна надати за результатами прикладних досліджень. Найкраща практика та загальноприйнята перевірка знань можуть бути використані для підтвердження переконань. Аргументи стають набагато переконливішими, якщо довести, що дизайн добре працював в інших подібних ситуаціях і що він пройшов практичну перевірку.

У проєктах, де клієнти вимагають гарантій і доказів ефективності дизайну, дизайнери повинні використовувати комбінацію аргументів, заснованих на професійному досвіді, найкращих практиках і результатах фундаментальних досліджень, щоб обґрунтувати свою роботу й ефективно вирішити проблеми клієнтів.

У ситуаціях, коли необхідно вдосконалити наявний продукт через проблему візуального дизайну, виникає потреба в комплексному застосуванні типів досліджень, щоб надати переконливі аргументи на користь змін. Прикладні дослідження можуть показати альтернативні варіанти дизайну, а також допоможуть вибрати найкращі практики серед цих альтернатив; відповідно фундаментальні можуть вказати на основоположні проблеми з поточним станом дизайну. Використовуючи ці типи аргументів, дизайнери можуть створити новий дизайн, який буде ефективнішим і зручним для користувача.

Україна належить до прогресивних країн у сфері забезпечення населення якісними інструментами взаємодії з державними механізмами та комерційними установами. Як приклад наведемо Єдиний портал державних послуг Дія, медичну систему HELSI, розвинений інтернет-банкінг, інформаційно-навігаційну комунікацію Київського метрополітену та інших представників громадського транспорту України.

Проте ми маємо багато проблемних сфер, серед яких документообіг, правова інформація, навчальні матеріали, інформація про охорону здоров'я, харчування та науковий контент виділяються як сектори, що терміново потребують допомоги графічного дизайну. У цих сферах всі типи розглянутих досліджень є абсолютно необхідними для того, щоб надати аргументи та довести, що необхідно поліпшити поточну ситуацію.

Низькі вимоги до дизайну інформаційних продуктів в Україні та занижена оплата праці — це відображення «дитячих» запитів українського суспільства, яке хоче отримати миттєву вигоду й не хоче працювати з довгостроковими стратегіями. Якщо в комерційному дизайні власники компаній здатні бачити прямий взаємозв'язок між виробленим ними товаром і дизайном, який підвищує його додаткову вартість, то представникам державних структур, культурних інституцій, сервісних компаній ще тільки потрібно буде побачити, як хороші комплексні візуальні комунікації допомагають їм досягати поставлених цілей (Happy Monday, б.д.).

Висновки

Чи доцільно використовувати дослідницьку практику в графічному дизайні і чи приведе ця інтеграція до позитивного результату? Адже мусимо визнати, що не всі проекти графічного дизайну потребують усіх типів досліджень. Більшість із них можуть обмежитися лише прикладними, виходячи з того, що можливо здійснити в рамках наявних часових і бюджетних обмежень. Однак тут є суттєвий ризик.

Хоча прикладні дослідження можуть запропонувати цінну інформацію, вони обмежені у своїй здатності надати вичерпний спектр аргументів на користь ефективності дизайну. Крім того, існує занепокоєння, що інші представники можуть надати такий тип аргументів швидше й з меншими витратами. Крім того, графічні дизайнери не можуть гарантувати якість своїх прикладних досліджень, що ще більше підкреслює обмеженість цього підходу.

Виступаючи за всебічне вивчення, наголосимо на необхідності досліджень у всіх сферах графічного дизайну, включно з дослідженнями візуальних елементів, візуальних стратегій та візуальних діалогів. Важливість інтеграції наукових методів у практику графічного дизайну полягає в забезпеченні розробки надійних і обґрунтованих фахових рішень. Реалізація цього складного завдання передбачає комплексний підхід щодо проведення досліджень, зокрема необхідності використання різноманітних методів для вирішення складнощів і викликів, притаманних проектам графічного дизайну.

Отже, який зв'язок можна встановити між графічним дизайном і дослідженням? Природа цих відносин є складною й багатогранною. Здається, що графічний дизайн і методи наукового дослідження вже знайшли одне одного, але тільки у сфері прикладних досліджень. Більшість проектів вимагають певного типу прикладного дослідження (аналітично-описового чи аналітично-порівняльного), проте залишається невизначеність щодо того, чи є ця форма ефективною та універсальною для всіх дизайн-проектів.

Попри мінливий характер зв'язку між графічним дизайном і науковими дослідженнями, через складнощі та невизначеності існує обґрунтована ймовірність успіху їхньої взаємодії, хоча це вимагає значних зусиль і необхідності постійного вивчення та розуміння як від дизайнерів, так і від науковців.

Фундаментальних досліджень це майже не стосується. Спостерігається відсутність системного зв'язку між академічними дослідженнями та графічним дизайном, співпраця між ними є незначною. З боку науковців існує інтерес до графічного дизайну, проте результати рідко впроваджуються в практику. Знайдеться небагато успішних

прикладів таких відносин, що підкреслює необхідність налагодження взаємоінтеграції між цими галузями.

Нашому суспільству потрібні графічні дизайнери для забезпечення ефективного й комфортного існування в інформаційному середовищі. Без графічних дизайнерів людям було б важче виконувати різні важливі завдання, зокрема навчання, голосування, сплата рахунків, замовлення послуг тощо. Це підкреслює важливу роль, яку відіграють графічні дизайнери в формуванні та поширенні візуальної інформації, необхідної для повсякденного життя.

Графічним дизайнерам потрібні вагомі аргументи для переконання населення в тому, що багато візуальної інформації в інформаційному просторі потрібно вдосконалити. У цьому полягає важливість досліджень у графічному дизайні, оскільки вони надають докази та ідеї, необхідні для підтримки цих аргументів. Дизайнери повинні взяти на себе цю відповідальність задля інтеграції академічних досліджень у практику дизайну, адже їхня діяльність забезпечує формування та передачу візуальної інформації, що є надважливим для повсякденного життя в сучасному світі.

СПИСОК БІБЛЮГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Емброуз, Г., & Оно-Біллсон, Н. (2019). *Основи. Графічний дизайн 01: Підхід і мова* (Л. Базь, Р. Дзюба, & Т. Кривов'яз, пер.). ArtHuss.
- Леонард, Н., & Емброуз, Г. (2019). *Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження* (М. Мельник & В. Пугач, пер.). ArtHuss.
- Creative Practice. (2023, 12 січня). *Дослідження вакансій дизайнерів та фронтенд-розробників*. CASES. <https://cases.media/article/doslidzhennya-vakansii-dizaineriv-ta-frontend-rozrobnikiv>
- Durrant, A. C., Vines, J., Wallace, J., & Yee, J. S. R. (2017). Research through design: Twenty-first century makers and materialities. *Design Issues*, 33(3), 3–10. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00447
- Happy Monday. (б.д.). *Скільки заробляють спеціалісти зі сфери дизайну?* Взято 3 січня 2024 року з <https://happy monday.ua/specproject/skilky-zaroblyayut-dyzajnery-doslidzhennya-happy-monday>
- Harland, R. G. (2020, August 11–14). Graphic design studies: What can it be? Following in Victor Margolin's footsteps for possible answers. In S. Boess, M. Cheung, & R. Cain (Eds.), *Proceedings of DRS2020* (pp. 586–600). Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/drs.2020.372>
- Lindley, J., & Coulton, P. (2020). *AHRC Design Fellows Challenges of the Future*. AI & Data.
- Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice* (M. Ainsley, Ed.). SAGE.
- Pierce, J. (2021). In Tension with Progression: Grasping the Frictional Tendencies of Speculative, Critical, and other Alternative Designs. In *Human Factors in Computing Systems [Conference proceedings]* (Article 617, pp. 1–19). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445406>
- van der Waarde, K. (2012, January 12–13). Graphic design and research: love at first sight or an arranged marriage? In A. Korzeńska & E. Satalecka (Eds.), *Research in graphic design. Graphic design in research* [Conference proceedings] (pp. 192–207). ASP Katowice.

REFERENCES

- Ambrose, G., & Aono-Billson, N. (2019). *Osnovy. Hrafichnyi dyzain 01: Pidkhid i mova* [Basics. Graphic Design 01: Approach and Language] (L. Baz, R. Dziuba, & T. Kryvoviaz, Trans.). ArtHuss [in Ukrainian].
- Creative Practice. (2023, January 12). *Doslidzhennia vakansii dyzaineriv ta frontend-rozrobnykiv* [Research vacancies for designers and front-end developers]. CASES. <https://cases.media/article/doslidzhennya-vakansii-dizaineriv-ta-frontend-rozrobnykiv> [in Ukrainian].
- Durrant, A. C., Vines, J., Wallace, J., & Yee, J. S. R. (2017). Research through design: Twenty-first century makers and materialities. *Design Issues*, 33(3), 3–10. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00447 [in English].
- Happy Monday. (n.d.). *Skilky zarobliaiut spetsialisty zi sfery dyzainu?* [How much do design specialists earn?]. Retrieved January 3, 2024, from <https://happymonday.ua/specproject/skilky-zaroblyayut-dyzajnery-doslidzhennya-happy-monday> [in Ukrainian].
- Harland, R. G. (2020, August 11–14). Graphic design studies: What can it be? Following in Victor Margolin's footsteps for possible answers. In S. Boess, M. Cheung, & R. Cain (Eds.), *Proceedings of DRS2020* (pp. 586–600). Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/drs.2020.372> [in English].
- Leonard, N., & Ambrose, G. (2019). *Osnovy. Hrafichnyi dyzain 02: Dyainerske doslidzhennia* [Basics. Graphic Design 02: Design Research] (M. Melnyk & V. Puhach, Trans.). ArtHuss [in Ukrainian].
- Lindley, J., & Coulton, P. (2020). *AHRC Design Fellows Challenges of the Future*. AI & Data [in English].
- Muratovski, G. (2021). *Research for designers: A guide to methods and practice* (M. Ainsley, Ed.). SAGE [in English].
- Pierce, J. (2021). In Tension with Progression: Grasping the Frictional Tendencies of Speculative, Critical, and other Alternative Designs. In *Human Factors in Computing Systems* [Conference proceedings] (Article 617, pp. 1–19). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445406> [in English].
- van der Waarde, K. (2012, January 12–13). Graphic design and research: Love at first sight or an arranged marriage? In A. Korzeńska & E. Satalecka (Eds.), *Research in graphic design. Graphic design in research* [Conference proceedings] (pp. 192–207). ASP Katowice [in English].