

Володимир Харченко

викладач кафедри графічного дизайну НАОМА

Проблеми колірної гармонії у контексті графічного дизайну

Анотація. У статті розглянуто деякі аспекти проблем колірної гармонії у графічному дизайні, здебільшого в контексті асоціативного сприйняття кольору і розвитку почуття кольору як активної емоційної та естетичної складової.

Ключові слова: колір, гармонія, колірне сполучення, асоціативний зв'язок, дизайн, художнє проектування, візуальне середовище.

Постановка проблеми. На зламі ХХ і ХХІ ст. дизайн перетворився на складну систему, що забезпечує процес організації та трансформації штучного середовища людини, — і в цьому плані його можна розуміти як вид творчої комплексної науково-практичної діяльності з формування естетично цілісного предметно-просторового середовища, наділеного певною емоційною інформативністю [6]. У зв'язку з цим питання сприйняття кольору та створення колірної гармонії в художньому проектуванні набувають великого значення.

Дизайн є багатофункціональним явищем, адже вирішує завдання поєднання логічного та художнього аспектів. У свою чергу, художнє вирішення у дизайні також має дві тенденції: або продовжує вектор традиційного розвитку форми, або ж свідомо порушує такі принципи формотворення, обумовлюючи нові напрями та лінії його розвитку. Отже, специфіка дизайн-проектування як самостійного виду творчої діяльності полягає в постійному оновленні засобів візуалізації ідеї та активного пошуку нової художньої мови для її максимального розкриття, і, як наслідок, постає важливість питання гармонійних колірних співвідношень.

Питання кольору лишається одним з найбільш актуальних аспектів і в сучасній дизайнерській художньо-графічній діяльності, зокрема, у засобах візуальних комунікацій, видавничій діяльності та поліграфії, нерозривно пов'язаних з комп'ютерною технікою, що перетворилася на потужний художній інструмент. Стрімкий прогрес комп'ютерних технологій істотно вплинув на сучасну художньо-проектну творчість завдяки новітнім засобам для створення зображень і тонально-колірному вирішенню дизайнерських об'єктів [10].

Актуальність дослідження. Питання сприйняття кольору та створення колірної гармонії, будучи одними з найактуальніших серед принципів формування візуально-інформаційного контенту, й досі лишаються найменш вивченими. Дослідження кольору, як константи естетичного сприйняття, є актуальною потребою часу. Повернення до колірної гармонії в глобальному інформаційному середовищі є не лише проблемою кольорознавства, комп'ютерної графіки та комп'ютерного проектування як навчальних чи прикладних дисциплін, але й відчутною науковою проблемою сучасної технічної естетики, яка посилює увагу до маловивчених аспектів сприйняття кольору.

Огляд публікацій. З-поміж досліджень з проблематики кольорознавства найбільш актуальним для теми даної статті й на даний момент лишається «Искусство цвета» Йоханнеса Іттена [3] — одного з провідних викладачів Баухаузу, швейцарського художника і видатного дослідника кольору в мистецтві. Автор висвітлює ключові позиції кольорознавства, не лише викладаючи основні закономірності об'єктивної природи кольору, але й заторкуючи поля суб'єктивних границь в контексті смакових оцінок кольору, аналізує різні аспекти колірної контрасту та композиційних питань, гармонійного кольороутворення та колірного конструювання.

Серед сучасних видань, присвячених як практичним, так і теоретичним проблемам дизайну, чимало розвідок вітчизняних та зарубіжних авторів, хоча переважно це посібники для широкого кола користувачів, тож основні моменти кольорознавства, як і проблема створення гармонійних колірних сполучень, авторами практично не висвітлюються.

У посібнику відомого сучасного теоретика В. Ф. Рунге «Основы теории и методологии дизайна» [12] питання колірної гармонії подається здебільшого з позицій психологічного сприйняття споживачами, формотворчі ж принципи промислового та графічного дизайну автор розглядає в досить традиційному контексті, лишаючи поза увагою актуальність на сучасному етапі графічного комп'ютерного проектування.

Серед сучасних вітчизняних дослідників ґрунтовно розглядає питання композиційного формотворення, змістового використання кольору, колірних асоціацій та поняття колірної гармонії в галузі художнього проектування С.В.Прищенко [10, 11]. У галузі технічної естетики деякі науковці, зокрема, І.О.Кузнєцова [5], займаються розробкою таких нових і цікавих напрямків, як візуальне сприйняття об'єктів мистецтва і дизайну на основі співвідношення світлих і темних елементів. Проблема колірної гармонії у галузі художнього проектування приділяє значну увагу і відомий болгарський рекламист Х. Кафтанджів [4].

Окремо слід згадати комп'ютерні самоучителі та енциклопедії, з числа багатьох авторів можна навести Р. Олтмана [7] та Д.О' Квіна [8]: вони також головну увагу приділяють чисто технічним питанням, важливим для видавничої поліграфії, у скороченому форматі подають дані з фізичної природи кольору, а також питання утворення колірних каналів і двох основних колірних моделей СМҮК та RGB. У цих виданнях загалом не йдеться про важливість принципів колірної гармонії в процесі створення графічних зображень, вони використовуються переважно для оволодіння інструментами та операціями в графічних редакторах.

Отже, як бачимо, дослідження різноманітних аспектів кольору в дизайні не розкривають складного асоціативно-психологічного впливу кольору, також і висвітлення проблеми створення колірної гармонії у візуальних комунікаціях має доволі фрагментарний характер, що визначає актуальність більш поглибленого вивчення даного питання.

Мета статті — розглянути питання доцільності творчого використання природної гармонійності кольорів у художньому проектуванні об'єктів дизайну, зокрема, висвітлити деякі аспекти функції кольору у природі, психосемантики кольору та виникнення колірних асоціацій з позицій гармонійного кольороутворення.

Виклад основного матеріалу. У сучасних дослідженнях основними аспектами кольору обрано фізичний, символічний, психофізіологічний та образно-психологічний (найменш вивчений), проте вони не передбачають комплексний підхід до кольору як до одного з найважливіших художніх засобів у створенні візуального оточення.

Насамперед зауважимо, що колір у графічному дизайні дозволяє реалізувати його комунікативну функцію, адже, приміром, фірмовий колір має виняткове значення для ідентифікації фірми – поряд із фірмовими знаком і шрифтом. Ця функція базується на специфічній особливості кольору сприйматися й запам'ятовуватися значно швидше за письмову чи зображувальну інформацію, і тому колір усе частіше стає одним із вагомих стилеутворюючих чинників промислової продукції. В цьому контексті також вкрай важливим слід вважати професійне кольоро-графічне вирішення дизайн-проекту, як одного з основних важелів психологічного впливу на глядача, що звернений, в першу чергу, до емоцій людини.

Саме сучасний стан розвитку технічної естетики обумовлює важливість багатоаспектного розуміння кольору – його фізичної природи, фізіологічного та психологічного механізмів сприйняття, а водночас і розуміння кольору як потужного естетичного, символічного та асоціативного чинника, – адже сприйняття кольору та створення колірної гармонії є одним з найбільш актуальних принципів формування цілісного гармонійного візуально-інформаційного середовища [9]. Тут можемо говорити і про використання в дизайні цілком певних функцій кольору: виразної (привертання уваги), психофізіологічної (сприйняття об'єктів, узагальнення будь-яких форм до простих геометричних фігур), емоційної (тонально-колірне сприйняття силуетів об'єктів) та інформаційної (формування інтересів цільових груп).

Проте реальне середовище виявляє себе не лише як фізичний фактор (світлоповітряне колірне оточення), але й як активний психологічний чинник. Тому одностороннього простеження сенсорного впливу кольору недостатньо для успішного дизайн-проекткування. Цілком зрозуміло, що оскільки кольори наділені значеннями, тобто виявляють певний психологічний зміст та образно-метафоричне навантаження, їхнє вивчення вимагає виходу за межі суто механістичного підходу, сформованого у фізиці.

Сприйняття кольору, на противагу його фізико-хімічній реальності, є реальністю психофізіологічною, а саме вона, за Іттенном, є домінантою колірною впливу, тож у цьому контексті знов постає важливість попередньої оцінки впливу кольору та використання гармонійних сполучень при створенні дизайнерських композицій [3].

Дослідники вважають, що особливості візуального сприйняття колірних об'єктів обумовлені саме співвідношенням між фізіологічним (сенсорним) відчуттям і психологічним сприйняттям людини. Сучасна психофізіологія вирізняє три рівні сприйняття кольору: відчуття кольору як найпростіший фізіологічний акт; сприйняття кольору – як складніший процес, обумовлений чинниками психологічного порядку; почуття кольору належить до емоційної та естетичної сфери. Власне, почуття кольору – це робота свідомості, складний процес сприйняття, розширений низкою асоціацій, образів і уявлень, що пов'язані з кольором [9].

Більшість фахівців поділяють колірні асоціації на дві великих гілки: «естетична оцінка» та «емоційний стан, викликаний кольором» [9]. Щодо першої, то завдяки розвинутому естетичним можливостям людина не лише *естетично сприймає* колір, але й *естетично переживає* його красу, при цьому взаємодіють *естетичне почуття, сприйняття та увага спостерігача*. Відчуття та сприйняття кольору є за своєю суттю сторонами єдиного процесу, але для естетичного сприйняття кольору необхідні також достатньо розвинені естетичні здібності (за естетикою Аристотеля, саме естетична спроможність людини є передумовою можливості естетичного сприйняття кольору).

Очевидним є той факт, що загальноприйнята оцінка впливу кольору може змінюватись в кожній окремій ситуації – відповідно до асоціативних зв'язків особистості з конкретними подіями, явищами чи предметами, що містять увесь «спектр» від негативу до позитиву. Отож, врахування колірної психосемантики, разом із функціями кольору в природі, є важливими факторами у формуванні асоціативно-колеристичного мислення, необхідного для свідомого використання кольору в процесі художнього проектування [11].

Досить побіжно торкаючись питання психосемантики кольору, можемо зауважити, що до цієї сфери входять, зокрема, вплив кольору на емоційний та фізіологічний стан людини, особливості змін сприйняття певних параметрів навколишнього середовища під впливом кольору, закономірності колірних асоціацій. Останні значною мірою залежать від об'єктивних властивостей (або власних якостей) кольору, до яких належать його чистота, яскравість, форма колірної плями, місце та значення її в картині, матеріал та фактура (тобто основні характеристики кольору), колір освітлення. Суб'єктивні ж властивості (або не-власні якості) кольору прийнято розподіляти на групові – культурні традиції, національний фактор, соціальна належність, та індивідуальні – особливості нервово-психічного складу, гендерні та психосоціальні характеристики (вік, стать, культурний рівень та освіта, вид діяльності тощо) [11].

Суб'єктивні колірні уподобання засвідчують неоднозначність уявлень про гармонійність та дисгармонійність колірних сполучень. Як зазначає Іттен, для більшості т.зв. «гармонійні» колірні сполуки зазвичай складаються з близьких один до одного тонів, або ж з різних, проте однакових за світлосилою кольорів, і здебільшого ці сполучення позбавлені різкого контрасту. Сприйняття таких сполучень як гармонії чи дисонансу викликається відчуттям «приємне – неприємне» або «привабливе – непривабливе» [3].

Якщо художник ставить перед собою завдання інтерпретації суб'єктивних колірних проявів, він не має задовольнятися лише оцінкою конкретних колірних характеристик чи їхньої виразності, адже головними чинниками тут є загальна тональність в цілому, взаємне розташування кожного кольору, їхній рух, яскравість, висвітленість чи притлумленість, пропорційність, структура та ритми колірного конструктиву. Не можна забувати також і про важливість максимального збереження об'єктивності попри індивідуальні колірні уподобання, і тут вкрай необхідне дисципліноване колористичне мислення та знання колірних можливостей – оскільки саме це дозволяє уникнути типових помилок «особистого смаку» та однобічності в колористичному вирішенні дизайн-проекту.

Власне, питання природної гармонії кольору у художньому проектуванні на даний момент лишається досить маловивченим, а в контексті біонічних зв'язків стосується здебільшого архітектури та промислових виробів. Деякі з авторів аналітичних досліджень [9] наголошують на суттєвій ролі кольору в рекламному дизайні, що ґрунтується на такій функції кольору в природі, як «привабливості», і в цьому плані спостерігається аналогічна природній палітрі рекламних кольорів – це діапазон, близький до спектральних. Проте сучасна реклама за допомогою комп'ютерних технологій свідомо підвищує контрастність та насиченість колірних сполучень або ж цілеспрямовано змінює традиційність колірної діапазону на незвичний, що миттєво привертає увагу й викликає стійку зацікавленість глядача.

До речі, згадаймо й досить розповсюджену серед сучасних дизайнерів та студентів тенденцію до переважного використання інтенсивних, насичених кольорів – на противагу можливостям створення гармонійних колірних сполучень за рахунок зміни співвідношень колірної тону, світлості, тепло-холодності та насиченості відтінків. Безумовно, що використання у дизайн-проектуванні предметно-просторового середовища естетичного ресурсу природної гармонійності (численні градації нюансів кольору й тону, багатий колористичний матеріал різних станів природи тощо) має неабиякий позитивний вплив на формування розвиненого «колірного мислення».

На думку автора статті, у графічному дизайні необхідний підвищений професійний підхід до використання законів колористичної побудови гармонійно організованих композицій, що базуються на широкій палітрі відтінків, взаємозв'язку та виразності елементів колірної композиції, адже і в живописові, і в рекламній композиції колір є основою художньо-пластичної мови, потужним чинником для впливу на почуття та створення певного настрою у глядача – як найважливіший засіб образно-психологічної характеристики зображення.

Висновки. Питання сприйняття кольору та створення колірної гармонії у дизайні є одним з найважливіших складових при формуванні візуально-інформаційного середовища. У цьому контексті вкрай важливим стає набуття сучасним дизайнером-графіком знань з колірної відповідності зображення, загальної естетики і законів гармонійності візуального інформаційного середовища.

Вивчення механізмів сприйняття кольору і досягнення колірної гармонії є важливим моментом як у процесі набуття студентами теоретичних знань, так і практичного застосування комплексу закономірностей гармонійного кольороутворення під час пошуку графічних компонентів візуальних комунікацій, особливо за умов широкого використання можливостей комп'ютерної графіки для таких прикладних дисциплін як «графіка» та «графічний дизайн».

Отже, враховуючи те, що підхід до кольору як константи естетичного сприйняття є одним з найбільш актуальних у художньому проектуванні, питання колірної гармонії в контексті проблематики графічного дизайну потребують подальших досліджень та більш глибокого вивчення.

1. *Веселовська Г.В.* Основи комп'ютерної графіки: Навч. посібник для вузів / Веселовська Г.В., Ходаков В.Є. – Херсон: Олді-плюс, 2004. – 584 с.

2. *Глазычев В.Л.* Проблема «массовой культуры» [Электронный ресурс] / В.Л.Глазычев. – Режим доступа: http://www.glazychev.ru/publications/articles/1970_problema_mass_cult.htm.
3. *Йоханнес Иттен.* Искусство цвета: пер. с нем. / Иттен Йоханнес. – М.: Д.Аронов, 2007. – 96 с.: ил.
4. *Кафтанджиев Х.* Гармония в рекламной коммуникации / Христо Кафтанджиев. – М.: Эксмо, 2005. – 368 с.: ил.
5. *Кузнецова І.О.* Моделювання візуального сприйняття об'єктів дизайну, декоративно-прикладного і образотворчого мистецтва: дис. ... д-ра техн. наук : 05.01.03 / І.О.Кузнецова. – К.: КНУБА, 2006. – 415 с. – Бібліогр. : с. 345–375.
6. *Косів В.* Графічний дизайн, як засіб візуальної комунікації в суспільстві / В.Косів // Пластичне мистецтво. – 2002. – №1. – С. 66.
7. *Олтман Р.* Corel Draw 9. Полное руководство / Рик Олтман : пер. с англ. – М.: Энтроп, 2000. – 783 с.
8. *О'Квин Д.* Допечатная подготовка. Руководство дизайнера / Донни О'Квин. – М.: И. д.: Вильямс, 2001. – 590 с.: ил.
9. *Прищенко С.В.* Естетичні параметри колористичного формоутворення в рекламній графіці України: автореф. дис... канд. техн. наук: 05.01.03 – технічна естетика / С.В.Прищенко. – К.: КНУБА, 2008. – 20 с.
10. *Прищенко С.В.* Комп'ютерні технології у моделюванні колірних гармонійних сполучень / С.В.Прищенко // Збірник наук. праць «Технічна естетика і дизайн». – К.: Віпол, 2006. – Вип. 5–6.
11. *Прищенко С.В.* Розвиток асоціативно-колористичного мислення засобами комп'ютерної графіки [Електронний ресурс] / С.В.Прищенко. – Режим доступу: http://esteticamente.ru/portal/soc_gum/ped_in/2009_1/16.htm.
12. *Рунге В.Ф.* Основы теории и методологии дизайна / В.Ф.Рунге. – М.: МЗ-Пресс, 2001. – 252 с.
13. *Яцюк О.* Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама / О.Яцюк, Э.Романычева. – СПб., 2001. – 432 с.

ПРОБЛЕМЫ ЦВЕТОВОЙ ГАРМОНИИ В КОНТЕКСТЕ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Владимир Харченко

Аннотация. В статье рассмотрены некоторые аспекты проблем цветовой гармонии в графическом дизайне, в основном в контексте ассоциативного восприятия цвета, а также развития чувства цвета как активной эмоциональной и эстетической составляющей.

Ключевые слова: цвет, гармония, цветовое сочетание, ассоциативная связь, дизайн, художественное проектирование, визуальная среда.

PROBLEMS IN THE CONTEXT OF COLOUR HARMONY OF GRAPHIC DESIGN

Vladimir Kharchenko

Annotation. This paper discusses some aspects of color in design theory - in particular, the color harmony in Graphic design, mainly in the context of associative vosspryatiya color, as well as develop a sense of color as an active emotional and aesthetic component.

Keywords: color, harmony, color combination, an association, design, art design, visual environment.