

Вместе с тем управление этими праздниками как проектами гуманизирует современный рынок и социальную среду.

Библиографические ссылки

1. *Муртазина М. Ш.* Виртуальная культура как феномен глобализации: философско-культурологическое осмысление : автореф. дис. ... канд. филос. наук. Чита, 2012.
2. *Гусакова Т. Ф.* Современный социум: искушение гедонизмом // Вестн. Тюм. гос. ун-та. 2009. № 5.

А. Е. Панева

Научный руководитель:

М. В. Панкина

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ

Аннотация: в статье рассмотрены возможности применения цифровых коммуникаций в дизайн-проектировании. Проанализированы этапы проектирования с точки зрения коммуникативных процессов, задачи дизайнера, проблемы общения и понимания между заказчиком и дизайнером.

Ключевые слова: коммуникации, цифровые коммуникации.

A. E. Paneva

Scientific consultant:

M. V. Pankina

Ural Federal University

named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

Ekaterinburg

THE ROLE OF DIGITAL COMMUNICATIONS IN DESIGN

Abstract: the article discusses the possibilities of using digital communications in design. The design stages are analyzed in terms of communication processes, the tasks of the designer, the problems of communication and understanding between the customer and the designer.

Keywords: communications, digital communications.

Трудовые будни дизайнера насыщены исследовательскими, проектными и коммуникативными процессами, многие из которых полностью построены на взаимодействии между людьми. Дизайнеру необходимо найти заказ, соответственно, его портфолио должно быть максимально доступно и широко представлено. В процессе работы всегда ограничены сроки: с одной стороны, необходимо быстро найти и проанализировать много информации о проблеме проектирования, аналогах, сформулировать и согласовать дизайн-концепцию, варианты решения, эскизы, визуализацию; с другой стороны, нужно тратить время на общение со многими людьми: поиск заказов, согласование вариантов с заказчиком, консультации со смежниками (людьми разных профессий), анализ целевой аудитории (наблюдение, опрос, интервьюирование, анкетирование потребителей). В конечном счете при создании проекта почти половина времени уходит на общение с людьми. Коммуникации определяют как конструктивный процесс взаимодействия между людьми или группами людей с целью передачи информации либо обмена сведениями [1; 2].

В связи с развитием цифровых технологий и появлением многих способов и возможностей общения с помощью различных гаджетов в сети Интернет появилось новое понятие — цифровые коммуни-

кации. Сейчас это мощный, наиболее быстро и эффективно действующий инструмент взаимодействия между людьми [3].

В дизайн-проектировании, в процессах общения между заказчиком и дизайнером посредством цифровых коммуникаций происходит оперативная связь, согласование вариантов проекта, эскизов, материалов, действий по реализации проекта. Заказчику и дизайнеру стало проще найти друг друга. Для заказчика важно, что он может увидеть и оценить портфолио дизайнера, прочитать отзывы о его работе.

Но появляются и проблемы. Так, заказчик очень часто, находя информацию в Интернете и опираясь на нее, считает, что он уже разбирается в вопросах проектирования, стиливых решениях, обладал мышлением дизайнера и безупречным вкусом.

Разница в видении дизайн-проекта проявляется в том, что заказчик не представляет конечного результата, сценария реализации и функционирования объекта. Он выбирает яркие цвета и образы по своему вкусу, которые могут не подходить для конкретного проектируемого объекта, он составляет мнение лишь на основании увиденных в Интернете проектов, которые могут быть предложены совершенно для другой целевой аудитории, средовой ситуации, экономических возможностей [4].

Дизайнер же видит проблему проектирования в комплексе многих факторов, опирается на собственный опыт и подобные проекты, предлагает наиболее рациональное и целесообразное решение. Часто на этой почве возникает недопонимание. Во избежание конфликтов очень важно найти подход именно к конкретному заказчику, чтобы корректно, профессионально и объективно донести мысль, ту или иную идею [5]. Возможность представить сравнительный анализ различных вариантов, быстро их сгенерировать, найдя в Интернете примеры, отправить электронной почтой заказчику для обсуждения позволяет оперативно согласовывать спорные вопросы.

Цифровые коммуникации помогают дизайнеру в создании портфолио, в продвижении товара, в увеличении скорости работы и количества вариантов проекта для заказчика. Дизайнер может изучить тенденции дизайна, проекты, отмеченные на профессиональных конкурсах, интересные инновационные объекты на сайтах ведущих

компаний, знаменитых дизайнеров, профессиональных сообществ, может спокойно сориентироваться в экономических вопросах, изучить подробнее мерчандайзинг, найти заказчика и изучить безопасность использования того или иного предмета.

Продвижение товаров с помощью Интернета также давно вышло на новый уровень. Дизайнеры совместно с программистами создают понятный интерфейс сайта, навигацию, выразительно показывают предметы. На примере двух известных интернет-магазинов можно оценить возможности торговли сегодня. М-Видео (<https://www.mvideo.ru/products/>) одним из первых включил возможность увидеть 3D-реалистичную модель того или иного товара под углом обзора 360 градусов. Такая функция позволяет максимально рассмотреть объект, увидеть его размеры в описании и решить, покупать этот товар или нет.

Магазин IKEA (<https://www.ikea.com/ru>) всегда заботится об истории вещей, родине их дизайна и формах, которые они выпускают. Так, например, на сайте мы можем прочитать историю разработанного дизайна подушки, дивана, узнать, как возникла идея, что являлось источником вдохновения — это очень интересно, история увлекает и убеждает покупателя, и он покупает товар.

Сегодня для дизайнеров открылась возможность выставлять свои работы на лучшие сайты всего мира, такие как ARTSTATION (<https://www.artstation.com>) и Behance (<https://www.behance.net>). Они позволяют загрузить свое портфолио на сайт, обменяться опытом с другими дизайнерами и с другими художниками. Это способствует критической самооценке, улучшению навыков дизайнера, улучшению качества его работ.

Дизайнеры также могут сегодня развивать свой кругозор, получать вдохновение, увеличивать профессиональную мотивацию, отслеживая информацию, например, на новостных сайтах: АРХИТАЙМ (<http://architime.ru>), Arch: speech (<http://archspeech.com>), «Дизайн-кабак» (<https://designpub.ru>), Design you trust (<https://designyoutrust.com>), которые позволяют быть в курсе всех новинок и нововведений в мире дизайна.

Теперь стало возможным изучить те или иные дизайн-концепты, познакомиться с различными новшествами в дизайне, работами

победителей различных конкурсов, например, на сайте конкурса Reddot (<https://www.reddot.org>). Можно принять участие в различных мероприятиях, как, например, ежегодный конкурс Lexus Design (<https://www.lexus.ru>) под девизом «Дизайн для лучшего будущего», заключающийся в разработке инноваций во всех сферах жизни.

Главная роль цифровых коммуникаций в дизайн-проектировании состоит в их влиянии на общение и сотрудничество дизайнера, заказчика и потенциального потребителя. Дизайнеру цифровые коммуникации помогут в поиске заказчика, самопрезентации, в поиске информации, ориентировании в экономических вопросах, помогут узнать о тенденциях в дизайне, смоделировать и визуализировать объект, эффектно представить и продвигать его.

Заказчик может найти дизайнера, посмотрев его сайт, портфолио, выбрать для работы того или иного профессионала, оперативно решить вопросы, определить направление работы с помощью понравившихся примеров, увиденных в Интернете, сориентироваться в оплате работы дизайнера.

Потребителю же предоставляется возможность с помощью цифровых технологий выбрать самое оптимальное из существующих предложение на рынке, соответствующее именно его мечтам и потребностям, узнать объективную достоверную информацию о выбранном предмете.

Библиографические ссылки

1. Виды коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-iotvety/kommunikaciya-chto-eh-to-takoe-vidy-kommunikacii.html> (дата обращения: 19.02.2020).

2. Коммуникации это [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения: 19.02.2020).

3. Цифровые коммуникации [Электронный ресурс]. URL: <http://gravitzapa.ru/services/digital> (дата обращения: 19.02.2020).

4. *Куницына В. Н., Казаринова Н. В., Погольша В. М.* Межличностное общение : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2001.

5. Общение // Психология общения : энциклопед. словарь / под общ. ред. А. А. Бодалева. М. : Когито-Центр, 2015.