



УДК 7.012;568.512

ДІАЛОГ КУЛЬТУР У ДИЗАЙНІ

МАЗНІЧЕНКО Оксана, РИЖОВА Ольга, ШЕВЧУК Ірина
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
omaznichenko2016@gmail.com

Досліджено тему комунікацій та інтерпретацій між дизайнером та замовником на прикладі представників груп різних культур. Визначено особливості сприйняття образів в залежності від культурних кодів та контексту. Наведено приклади та можливі варіанти вирішення проблем у спілкуванні, включаючи різницю сприйняття. Виявлено деталі проектування комунікативної стратегії для ефективної роботи дизайну в полікультурному просторі.

Ключові слова: комунікація, полікультурний простір, універсальний дизайн, культурні відмінності, міжкультурний підхід.

ВСТУП

Полікультурний простір - одне з найважливіших соціальних явищ сучасності. Швидкий розвиток технологій, глобалізація, міграційні процеси та культурний обмін стали причиною того, що люди з різних культурних середовищ зустрічаються, взаємодіють та впливають один на одного. Такі трансформації сильно вплинули на сучасний графічний дизайн, викликавши деякі проблеми, пов'язані з перекладом культурних норм та зразків на різні аудиторії. У нашій епісі графічний дизайн повинен враховувати різноманітність культур та традицій, щоб ефективно взаємодіяти з аудиторією. Це може бути складним завданням, особливо коли потрібно представити продукт або послугу в багатьох культурних середовищах. Щоб подолати ці проблеми, дизайнери повинні глибоко вивчити кожну культуру, яка буде представлена в проекті, і враховувати всі нюанси, які можуть бути унікальними для кожної культури.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є вивчення проблем сучасного графічного дизайну в полікультурному просторі, а також пошук варіантів рішень для покращення комунікації з аудиторією з різних культур. А також розгляд факторів, що впливають на створення універсального дизайну та проектування комунікативної стратегії у глобальному масштабі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

В даний час використання графічного дизайну у міжкультурній комунікації є важливим аспектом взаємодії культур. Однак у полікультурному середовищі існує низка проблем, пов'язаних із візуальним спілкуванням, які ускладнюють успішну комунікацію між різними культурами. Нижче розглянемо деякі з основних проблем сучасного графічного дизайну в мультикультурному просторі.

Однією з головних проблем є нестача універсальності графічних символів та знаків [2]. У різних культурах один символ може мати різну інтерпретацію і



значення, що може призвести до непорозуміння та помилок у комунікації. Ця проблема особливо актуальна в галузі дизайну логотипів та знаків, де кожен елемент має бути ретельно продуманий та адаптований до потреб та уподобань цільової аудиторії. Іншою проблемою є нестача культурної інформованості дизайнерів. Відсутність знань про культуру та традиції інших країн може призвести до створення дизайн-рішень, які вважатимуться образливими чи недоречними в інших культурах. Такі помилки можуть призвести до негативних наслідків та негативної реакції аудиторії. Ще однією проблемою є використання шрифтів, які не відповідають культурним традиціям та особливостям мови. Наприклад, використання західних шрифтів для створення східних текстів може призвести до непорозуміння та труднощів читання. Також використання неправильного шрифту може призвести до зміни значення слова або фрази. Для вирішення цих проблем необхідно приділити особливу увагу дослідженню, аналізу культурних відмінностей та особливостей кожної цільової аудиторії. Деякі дослідження пропонують використовувати міжкультурний підхід до дизайну, який дозволяє враховувати культурні відмінності та переваги під час створення дизайн-рішень [3].

Розглядаючи детальніше проблему, пов'язану з використанням графічних символів у міжкультурній комунікації, приходимо до висновку, що різні культури можуть мати різні асоціації та значення для одного й того самого символу. Сучасні технології та інтернет можуть посилити ефект від некоректного використання графічних символів. Було виявлено, що використання емодзі, які не враховують культурних відмінностей, може призводити до поширення стереотипів та дискримінації [4]. Декілька прикладів графічних символів, які мають різні значення в різних країнах:

Червоне коло з білим перехрестям відоме як символ заборони, але, наприклад, у Японії цей символ використовується для позначення місця, де можна покататися на ковзанах. Таким чином, використання цього символу може призвести до нерозуміння значення, закладеного в дизайн, для аудиторії з іншої культури.

Символ серця у західній культурі зазвичай асоціюється з любов'ю, але у деяких культурах може мати інше значення. Наприклад, у Китаї воно використовується для позначення глибокої поваги та подяки, а в Японії серце означає центр людської душі.

Ще один приклад – знак стоп. Цей знак має однакове значення в більшості країн, але в деяких місцях він може бути непридатним. Наприклад, у Японії та інших країнах Східної Азії використання знаку стоп на дорогах може викликати плутанину, оскільки він не має там такого ж значення, як у західній культурі.

Однак, незважаючи на складнощі та виклики, пов'язані з використанням графічних символів у полікультурному просторі, вони залишаються важливим інструментом комунікації. Більш ретельне дослідження цієї теми може призвести до розробки нових стандартів та рекомендацій для графічного дизайну, що покращить ефективність соціальної взаємодії. Отже, створення універсального візуального дизайну в полікультурному просторі є складним завданням, яке потребує врахування багатьох факторів, таких як: соціо-культурні та економіко-технічні.



Культурні відмінності: різні культури можуть мати унікальні символи, кольори, шрифти та дизайн-елементи, які можуть не мати аналогів в інших культурах. Мовні особливості також мають вагоме значення у створенні універсального візуального дизайну. Так, деякі символи та знаки мають різну інтерпретацію в різних мовах, що може спричинити неправильне сприйняття інформації. Необхідно використовувати символи та знаки, які не викликають плутанини чи двозначності, і можуть бути зрозумілими у будь-якому мовному контексті. Технологічні особливості полягають у важливості врахування усіх обмежень та можливостей розробки універсального дизайну [2].

Крім того, дизайн має бути адаптований до конкретного контексту використання, щоб забезпечити розуміння та ефективне сприйняття інформації. Це може включати облік особливостей цільової аудиторії, її культурних особливостей і ситуацій, в яких використовується дизайн.

Загалом створення універсального візуального дизайну в полікультурному просторі є складним процесом, який вимагає врахування безлічі факторів. Вирішення цього завдання можна досягти через ретельний аналіз змісту використання, дотримання мовних стандартів, обліку культурних відмінностей і задоволення технічних вимог.

ВИСНОВКИ

Проблеми сучасного графічного дизайну у полікультурному просторі потребують подальшого дослідження та покращення. Відсутність універсальних графічних символів та знаків створює труднощі у комунікації і може призводити до непорозуміння та помилок. Необхідно розробити нові підходи до створення графічних символів, враховуючи культурні та мовні відмінності, щоб зробити їх більш доступними та зрозумілими для людей із різних культур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Mark Miller. *Multicultural Design: Beyond Form and Function*, 2010.
2. Norman D. A. *The Design of Everyday Things*. Basic Books, 1998.
3. Joanna Brennan. *Design for Cultural Diversity: A White Paper*, 2007.
4. Jurek Kirakowski, Khe Foon Hew. *Cultural Differences and Design: Guidelines for Working with Chinese Participants*, 2009.

MAZNICHENKO O., RYZHOVA O., SHEVCHUK I. DIALOGUE OF CULTURES IN DESIGN

The subject of communications and interpretations between the designer and the customer was studied using the example of representatives of groups of different cultures. Features of image perception depending on cultural codes and context are determined. Examples and possible options for solving problems in communication, including the difference in perception, are given. The details of designing a communicative strategy for the effective work of design in a multicultural space are revealed.

Key words: communication, multicultural space, universal design, cultural differences, intercultural approach.