Казахский национальный университет имени Аль-Фараби

**«**Оценка дизайна и разработка**»**

Магистрант: 2к. Торемуратова Г.Е.

Руководитель: Асылханов Е.С.

 Алматы, 2022

**Оценка дизайна и разработка**

 Чтобы привлечь внимание потребителей с помощью визуальных элементов, используются графика и различные шрифты. Варьируя их цвет, размер, форму, можно влиять на подачу самой информации.

 На данный момент печатные, статичные источники информации заменили динамичные, электронные. Начиная от бегущих строк, мигающей неоновой подсветки, лайтбоксов, заканчивая всплывающей рекламой на различных Интернет-ресурсах. Такая реклама может содержать GIF-анимацию, видео, аудио сопровождение или интерактивные элементы, при нажатии на которые визуальный ряд меняется, приходит в движение или выполняет различные функции.

 Картины всегда несли определенные идеи и чувства, вызывали определенные эмоции. Со временем, на их основе появилась новая форма подачи визуальной информации - плакаты, постеры, открытки, вывески, этикетки. Сейчас они выполняют не только рекламные функции, но могут также включать остросоциальные лозунги, нести общественно-важные мысли. Поэтому такие формы графического искусства - особое поле деятельности дизайнера, в котором он способен творить, развивая художественную культуру подачи информации, распространяя ее в массы.

 Несмотря на быстро меняющиеся и развивающиеся тенденции в дизайне, по-прежнему не утрачивает своей актуальности и существующее тысячелетиями орнаментальное искусство. Орнамент, как и шрифт, это тоже символ. И если шрифт передает конкретную информацию при помощи букв, которым разное начертание способно придать особый характер, то орнамент несет в себе более семантическую информацию. Узоры могут помочь создать архитипичный образ, который будет воздействовать на человека на самом глубоком уровне личности - уровне коллективного бессознательного. Этот уникальный компонент психики, введенный в структуру личности известным психологом к. Г. Юнгом, объединяет всех представителей человеческого вида. Благодаря ему, дизайнеры и художники могут приспосабливать визуальные образы под определенные нужды, культурный и социальный контекст, однако они по-прежнему останутся понятны каждому на бессознательном уровне.

 Визуальные объекты могут оказывать влияние не только на поведение покупателя, заставляя приобрести тот или иной продукт, воспользоваться услугой, но даже на поведение и самоощущение сотрудников различных компаний. Дизайн униформы - это то, что способно сообщить окружающим о принадлежности человека к определенной организации, команде, группе, о роде его деятельности, статусе человека, занимаемой им должности. Цвета, фасон и различные детали специализированной одежды могут делать ее не только удобной для осуществляемой деятельности, но и нести в себе идеи, ценности и обеспечивать сохранение корпоративной культуры и духа фирмы.