Архитектон: известия вузов № 3 (95) / сентябрь, 2026 / ISSN 1990–4126
URL: http://archvuz.ru/2026_3/23

ПРОСТРАНСТВО ДИЗАЙНА ГРАФИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Габриелян Тигран Олегович

кандидат искусствоведения, доцент.
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского,
Россия, Симферополь, e-mail: tigrangabr84@yandex.ru

УДК: 7.012.23
Шифр научной специальности: 5.10.3
DOI: 10.47055/19904126_2026_3(95)_23
EDN: TVMYDH
Тип статьи: RAR Научная

Аннотация

Статья посвящена дизайну графических коммуникаций как графической составляющей коммуникативного дизайна. Цель исследования – определить структуру этой области и показать взаимосвязи графического дизайна, моушн-дизайна, дизайна графических пользовательских интерфейсов и генеративного дизайна. Исследование основано на системно-структурном и терминологическом анализе, моделировании и обобщении результатов предшествующих работ автора. Основным критерием отнесения проектного решения к дизайну графических коммуникаций выступает ведущая роль графики в организации сообщения. Предложенная модель учитывает статичные, динамические, интерактивные и генеративные характеристики дизайн-решений. При этом входящие в модель направления сохраняют профессиональную самостоятельность, а их средства и характеристики могут сочетаться в конкретных проектах. На основе модели предварительно определены основные группы проектных компетенций, включая графико-проектные, коммуникативные, динамические, интерфейсные, генеративные и интегративные. Модель позволяет описать современные синтетические графико-коммуникативные решения и уточнить их место в структуре коммуникативного дизайна.

Ключевые слова:

коммуникативный дизайн, дизайн графических коммуникаций, графический дизайн, моушн-дизайн, дизайн графических пользовательских интерфейсов, генеративный дизайн, проектные компетенции

THE SPACE OF GRAPHIC COMMUNICATION DESIGN

Gabrielyan Tigran O.

PhD. (Art Studies), Associate Professor.
V.I.Vernadsky Crimean Federal University,
Russia, Simferopol, e-mail: tigrangabr84@yandex.ru

УДК: 7.012.23
Шифр научной специальности: 5.10.3
DOI: 10.47055/19904126_2026_3(95)_23
EDN: TVMYDH
Type: RAR Scientific

Abstract

The article examines graphic communication design as the graphic component of the broader field of communication design. The study aims to define the structure of this domain and clarify the relationships

among graphic design, motion design, graphical user interface design, and generative design. The research combines system-structural and terminological analysis, modeling, and the synthesis of the author's previous studies. A design solution belongs to the field of graphic communication design when graphics play a leading role in organizing the message. The proposed model covers static, dynamic, interactive, and generative characteristics of design solutions. The constituent design domains retain their professional autonomy, while their methods and characteristics may be combined within individual projects. The model also provides a basis for provisionally identifying the main groups of design competencies, including graphic, communication, motion, interface, generative, and integrative competencies. It offers a framework for describing contemporary synthetic graphic communication design solutions and clarifying their position within communication design.

Keywords:

communication design, graphic communication design, graphic design, motion design, graphical user interface design, generative design, design competencies

Современная дизайн-практика все чаще выходит за пределы привычного понимания графического дизайна как работы со статичной визуальной формой. В одном проекте могут соединяться графический знак, типографика, анимация, интерфейс, гипертекстовая структура, пользовательский сценарий и генеративная дизайн-программа. В результате традиционное различение графического и коммуникативного (коммуникационного)[1] дизайна становится недостаточным: оно фиксирует исторически сложившиеся направления, но не всегда позволяет описать синтетические графические дизайн-решения, возникающие в цифровой среде.

Терминологическая неоднозначность между «графическим дизайном» и «коммуникативным дизайном» просматривается как в классических, так и в современных исследованиях. Историческую связь графики с визуальной коммуникацией – от шумерских писцов до типографов индустриальной эпохи – отмечают П.Б. Меггс и О.В. Пёрвис [27, с. 8–62]. Э.М. Глинтерник фиксирует период исторического самоопределения графического дизайна, связанный с поиском в начале XX в. подходящего термина: «массовая», «рекламная» и «индустриальная» графика [10, с. 53–55]. Расширение дефиниции профессии до коммуникативного дизайна (англ. communication design) отражено в терминологическом словаре М. Эрлхоффа и Т. Маршала [21, с. 67, 198]. Не случайно в 2007 г. данное направление было легитимировано Международным советом по коммуникативному дизайну ico-D (International Council of Communication Design)[2] [26]. Усиление мультимедийной составляющей подчеркивают А.В. Бойчук и М. Барнард [3, с. 246; 19, с. 20]. Роль «визуального коммуникатора», способного реализовывать многоплановые и полимедийные художественно-проектные задачи, рассматривает Е.В. Черневич [16, с. 6–7]. В свою очередь, Дж. Фраскара отмечает, что основная миссия дизайнера – организация сообщения, а не создание формы [22, с. 2].

В настоящем исследовании коммуникативный дизайн понимается как широкое интегративное направление проектной организации сообщений, каналов, взаимодействий и условий восприятия. Дизайн графических коммуникаций рассматривается внутри этого поля как сложноорганизованная составляющая, в которой графическая форма коммуникации сохраняет ведущую роль в представлении сообщения, но взаимодействует с временной организацией, интерфейсными сценариями, контекстом использования и генеративными дизайн-программами.

Понятие «дизайн графических коммуникаций» в настоящей статье имеет операциональный характер. Оно не предлагается как замена коммуникативному дизайну, не отменяет существующих названий профессиональных областей и не претендует на исключительность. Его задача – обозначить предмет структурного моделирования: графическую составляющую, интегрированную в коммуникативный дизайн.

При этом необходимо различать два уровня употребления понятия «дизайн графических коммуникаций». На уровне теоретического моделирования оно обозначает графическую составляющую коммуникативного дизайна, включающую устойчивые профессиональные направления и области их взаимодействия; на уровне описания конкретной проектной практики термин приобретает особое значение применительно к синтетическим решениям, в которых графическая форма объединяется со статичными, динамическими, интерактивными и генеративными характеристиками. Такое терминологическое разграничение позволяет отделить модель общего профессионально-проектного пространства от описания отдельных междисциплинарных результатов проектной деятельности.

Таким образом, **проблема исследования** обусловлена отсутствием целостного представления о внутреннем устройстве графической составляющей коммуникативного дизайна, ее месте в общем пространстве коммуникации, соотношении образующих ее профессиональных областей и характере их взаимодействия в синтетических графико-коммуникативных решениях. Недостаточно определенным остается и соответствующий комплекс профессиональных компетенций современного дизайнера.

Цель статьи – разработать модель внутреннего устройства графической составляющей коммуникативного дизайна, определить ее место в семиотическом пространстве коммуникации и показать значение этой модели для понимания современного пространства художественно-проектной деятельности и соответствующего комплекса профессиональных компетенций дизайнера.

Задачи исследования предполагают:

1) определить место дизайна графических коммуникаций как графической составляющей в структуре коммуникативного дизайна и общего семиотического пространства коммуникации;

2) сопоставить графический дизайн, моушн-дизайн, дизайн графических пользовательских интерфейсов, генеративный дизайн как взаимосвязанные области реализации графической составляющей коммуникативного дизайна;

3) предложить модель пространства дизайна графических коммуникаций, позволяющую различать самостоятельные направления, доминирующие характеристики и области их взаимодействия в синтетических графико-коммуникативных дизайн-решениях;

4) уточнить терминологические условия, при которых правомерно использовать понятия «графический дизайн», «коммуникативный дизайн» и «дизайн графических коммуникаций»;

5) на основе предложенной модели предварительно выделить основные группы компетенций, потенциально значимых для проектирования синтетических графико-коммуникативных дизайн-решений.

Методика исследования основана на системно-структурном и сравнительно-терминологическом анализе, моделировании и синтезе результатов предшествующих работ автора. Основные группы профессиональных компетенций предварительно выделяются посредством структурно-функционального соотнесения *направлений дизайна, видов графики, доминирующих коммуникативных и проектных характеристик и коммуникативных средств организации сообщения*, представленных в модели.

Ранее проведенные историко-генетический и семиотический анализы охватывали историю терминов «графический дизайн» и «коммуникативный дизайн», выразительные и коммуникативные средства графического дизайна, модели создания и восприятия произведения, процессы массовой индивидуализации и взаимодействие человека с генеративными дизайн-система-

ми [4–9]. В настоящей статье их результаты объединяются для построения целостной модели графической составляющей коммуникативного дизайна.

Графическая составляющая

Графическая составляющая не тождественна всему визуальному пространству коммуникативного дизайна. Она определяется использованием графических знаков и знаковых систем – изобразительных, письменных, типографических, фотографических, схематических и иных – как ведущих средств представления, организации и преобразования сообщения.

Под ведущей ролью графики понимается не количественное преобладание визуально-графических элементов и не исключение иных каналов коммуникации, а ее системообразующая функция в дизайн-решении. Такая функция проявляется в том, что графические знаки и знаковые системы кодируют и структурируют основное сообщение, организуют последовательность его восприятия, навигацию или пользовательское действие и сохраняют определяющее значение при взаимодействии с аудиальными, тактильными, пространственными и иными компонентами. Если устранение или существенное изменение графической составляющей приводит к разрушению смысловой структуры сообщения либо основного сценария взаимодействия, графическая составляющая может рассматриваться как ведущая.

Подробный анализ *рисунка, письма, графичности, живописности, декоративности, конструктивности, печатности, фотографийности, фотографичности и коллажности как выразительных средств «классического» графического дизайна* дан в предшествующем исследовании автора [4]. В настоящей статье эти средства рассматриваются не как самостоятельный предмет описания, а как исторически сложившаяся основа, позволяющая определить, что именно сохраняется при переходе от «классического» графического дизайна к более широкому пространству графических коммуникаций.

На базовом уровне графическая составляющая связана с формированием визуальной формы: от точки, линии и пятна к средствам гармонизации художественной формы и композиции. В пластических искусствах это проявляется прежде всего через рисунок и письмо: рисунок выступает как каркас визуального образа, а письмо – как историческая трансформация изобразительного знака в абстрактную буквенную форму. В технических видах искусств к ним добавляются конструктивность, печатность, фотографийность, фотографичность и коллажность, т. е. средства, связанные с архитектоникой полосы набора, печатным и световым оттиском и совмещением разнородных изображений. Графическое решение может выходить за пределы плоскости в объем и среду, это прослеживается, например, в упаковке, pop-up-компонентах печатных изданий, информационных указателях и суперграфике.

Для предлагаемой модели особенно важно, что указанные средства образуют визуально-материальный уровень графического дизайна, но не исчерпывают его современного состояния. В модели в колонке «Вид графики» используются три укрупненные историко-технологические формы реализации графики: *традиционная, аналоговая компьютерная и цифровая*. Традиционная графика охватывает материальные до- и внекомпьютерные практики; аналоговая компьютерная графика создается посредством аналоговых вычислительных и электронных систем; цифровая графика формируется и обрабатывается в цифровой вычислительной среде. К цифровой графике относятся *растровая, векторная, трехмерная и алгоритмически изменяемая графика*. Такое деление имеет укрупненный модельный характер и предназначено для сопоставления направлений дизайна, а не для исчерпывающей классификации графических техник.

При этом переход от графической формы к коммуникации обеспечивается не только набором выразительных средств, но и принципами визуального восприятия. Законы *завершения, направления движения, подобия, близости и выравнивания* позволяют зрителю распознавать связи между элементами изображения и интерпретировать их как целостное сообщение [11, с. 29–53]. Именно на этом уровне графическая форма приобретает первые признаки целенаправленной проектной коммуникативности.

Коммуникативная составляющая

Коммуникативная составляющая не является отдельным «невизуальным» слоем графического дизайн-решения. Она представляет функционально-семиотический уровень организации графической формы: определяет, какие знаки используются, кому адресовано сообщение, через какой канал и в каких условиях оно воспринимается, какую реакцию или действие предполагает.

Коммуникативные средства ***«классического» графического дизайна*** – *информационность, рекламная риторичность, лаконичность и системность* – также были специально описаны автором ранее [5]. Здесь они используются как начальный уровень коммуникативной составляющей. Информационность связана с отбором и передачей сведений, которые должны быть значимы для адресата; рекламная риторичность – с художественно-образным усилением сообщения; лаконичность – со стремлением к ясному и однозначному прочтению; системность – с объединением отдельных сообщений в более сложные комплексы, например в систему визуальной идентификации.

Моушн-дизайн добавляет к графической форме временно́е измерение – «динамичность»: движение, монтаж, ритм и повествовательность[3] [2, с. 311] . Источником движущейся графики могут быть типографические элементы, абстрактные и геометрические композиции, иллюстрация, инфографика, фотография, видео и визуальные эффекты. При этом используются не только средства графики как пространственного искусства, но и средства пространственно-временных искусств – анимации и кино [18, с. 130, 134]. На уровне повествовательности дополнительно учитываются целевая аудитория, жанр, темп, напряжение, монтажные переходы и изменение временно́й структуры сообщения [25, с. 260–262, 289].

Интерактивность характеризует режим коммуникативного взаимодействия, при котором состояние системы зависит от действий пользователя и формируемой обратной связи. Ее можно проследить в материальной среде – в интерактивных плакатах, буклетах, брошюрах, книгах и т. п. Но наиболее явно она представлена в цифровой среде в дизайне графических пользовательских интерфейсов [21, с. 208, 225]. Пользователь получает доступ к контенту через *графический интерфейс, информационную архитектуру, навигацию, гипертекстовые связи и пользовательский опыт.* В интерфейсном решении адресат не только воспринимает графическую форму (UI – user interface), но и действует внутри заданного сценария. UX (user experience) характеризует опыт использования, зависящий от целей пользователя, контекста, обратной связи и результата действий [18, с. 58, 60; 12, с. 139].

Дизайн графических пользовательских интерфейсов формирует виртуальное пространство взаимодействия пользователя с информацией в различных цифровых средах, включая веб-среду [21, с. 208, 225, 445–446]. Для веб-интерфейсов характерны сетевая организация, веб-страницы, ссылки, навигационные структуры, гипертекст и сервисные сценарии.

В пространство дизайна графических коммуникаций включается графическая составляющая пользовательского интерфейса, а также те аспекты пользовательского опыта, которые непосредственно организуются посредством графических знаков, визуальной иерархии, навигации

и экранного сценария. Графические метафоры «рабочего стола», «документа», «окна», «папки», «корзины» и другие визуальные модели важны не сами по себе, а как средства организации работы пользователя в цифровой среде [15, с. 210, 486]. Поэтому важным качеством дизайна графических коммуникаций в разработанной модели выступает «интерактивность», объединяющая визуальную форму с опытом ее использования в пространстве профессионального поля UI/UX-дизайна.

Генеративный дизайн предполагает создание дизайн-решения на основе дизайн-программы [20, с. 56, 76, 460]. Результатом становятся сгенерированные фиксированные, автоматически изменяющиеся, интерактивно генерируемые или контекстно-адаптивные дизайн-решения [23, с. 200–202]. Генеративность тем самым характеризует одновременно способ организации дизайн-процесса и качество результата – способность решения порождаться, воспроизводиться, изменяться или индивидуализироваться по заданным правилам, данным и запросам [13, с. 170].

Дизайн-программа может работать как программно-инструктивная система, генерирующая варианты по заданным правилам, или как искусственно-интеллектуальная система, в том числе агентная, синтезирующая решения на основе обучающих данных и пользовательского запроса [24, с. 122; 28, с. 463]. Поэтому генеративность в модели фиксирует не только технологический способ создания изображения, но и новый коммуникативный режим дизайн-процесса, а также визуально-коммуникативное качество графического дизайн-решения [20, с. 461].

Пространство дизайна графических коммуникаций

После анализа графических и коммуникативных аспектов необходимо обозначить более широкий контекст их взаимодействия. Различные направления дизайна не существуют изолированно, поскольку каждое из них входит в систему обмена знаками, образами, сообщениями и пользовательскими действиями. Таким общим семиотическим сверхуровнем выступает пространство культуры, названное Ю.М. Лотманом «семиосферой»[4] [14, с. 644].

В семиосфере с определенной долей условности можно выделить визуальное и невизуальное подпространства коммуникации. Первое охватывает область визуальной семиотики [1, с. 12–13] и включает графические, жестово-кинетические, сигнально-световые, хроматические и пространственно-визуальные знаковые системы [17, с. 511–512]. Второе подпространство образуют аудиальные, обонятельные и осязательные системы сигналов.

Рассматриваемые области дизайна могут включать несколько каналов коммуникации одновременно. Дизайн графических коммуникаций занимает преимущественно визуальное пространство, поскольку графика остается ведущей формой репрезентации сообщения, но его решения могут интегрироваться с речью, звуком, тактильной обратной связью, пространственным поведением и другими знаковыми системами. Такая интеграция не отменяет графической составляющей, а показывает ее включенность в более широкий коммуникативный дизайн и семиотическое пространство.

В рамках данной модели рассматриваются четыре направления: *графический дизайн, моушн-дизайн, дизайн графических пользовательских интерфейсов и генеративный дизайн*. Каждое из этих направлений включается в пространство дизайна графических коммуникаций не целиком, а лишь в той мере, в какой графика выполняет в проектном решении системообразующую функцию: кодирует и структурирует основное сообщение, организует последовательность его восприятия, навигацию или пользовательское действие. При этом направления сохраняют профессиональную самостоятельность, а связанные с ними характеристики могут распространяться за пределы одной области и сочетаться в конкретных дизайн-решениях. В их

визуально-графическом подпространстве можно выделить три взаимосвязанные группы параметров: виды графики, понимаемые как укрупненные историко-технологические формы ее реализации; *доминирующие коммуникативные и проектные характеристики; коммуникативные средства организации дизайн-решения*. Эти направления объединяются не потому, что совпадают между собой, а потому, что в каждом из них графика остается главным средством визуальной организации сообщения.

Доминирующие коммуникативные и проектные характеристики позволяют уточнить различия между направлениями. Для классического графического дизайна ведущей является преимущественно *статичность*, для моушн-дизайна – *динамичность*, для интерфейсного дизайна – интерактивность, для генеративного дизайна – *генеративность*[5]. При этом данные характеристики не исключительны и могут сочетаться в одном синтетическом дизайн-решении.

Коммуникативные средства связывают эти визуальные формы с коммуникацией. Они проявляются в *информационности сообщения, рекламно-риторическом оформлении, системности айдентики, анимационном или видеографическом повествовании, раскрывающемся во времени, информационной архитектуре, гипертекстовой организации контента, пользовательском сценарии* графического интерфейса, а также в дизайн-программной основе вариативного сообщения. На пересечении этих уровней и возникает пространство дизайна графических коммуникаций, представленное в модели.

Отметим, что модель не описывает весь коммуникативный дизайн и не включает весь комплекс UI/UX-проектирования в пространство графических коммуникаций. В нее входит дизайн графических пользовательских интерфейсов, а также те аспекты пользовательского опыта, в которых графика выполняет системообразующую функцию: кодирует и структурирует основное сообщение, организует последовательность восприятия, навигацию или пользовательское действие. Исследовательские, сервисные, поведенческие, пространственные, аудиальные, тактильные и иные аспекты UX относятся к рассматриваемому пространству лишь постольку, поскольку они непосредственно взаимодействуют с графической составляющей. Если же пользовательский опыт преимущественно организуется посредством неграфических визуальных или невизуальных знаковых систем, он находится за пределами дизайна графических коммуникаций, хотя продолжает относиться к более широкому пространству коммуникативного дизайна.

Горизонтальные строки модели имеют аналитический характер и не обозначают взаимно исключающие классы. Представленность направлений внутри единого пространства указывает не только на их общую принадлежность к графической составляющей коммуникативного дизайна, но и на возможность их пересечения в конкретной проектной практике. Одно синтетическое графико-коммуникативное дизайн-решение может одновременно включать средства графического дизайна, временную организацию моушн-дизайна, интерфейсное взаимодействие, включая сетевую и гипертекстовую организацию веб-интерфейсов, и генеративную дизайн-программу. Синтез возникает не вследствие формального объединения строк модели, а на уровне целостной структуры конкретного проекта.

Таким образом, модель показывает не линейную эволюцию от графического дизайна к коммуникативному и не простую совокупность самостоятельных направлений, а иерархически организованную и проницаемую структуру. Коммуникативный дизайн образует широкое направление проектной организации знакового обмена; дизайн графических коммуникаций является его графической составляющей; отдельные проектные области представляют устойчивые формы ее реализации.

	СЕМИОТИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО КОММУНИКАЦИИ		
	Визуальное		**Невизуальное**
	Жесты и язык тела *Сигналетика* *Хроматические системы*		*Аудиальные, осязательные, обонятельные системы*
	Коммуникативный (коммуникационный) дизайн		
	Дизайн графических коммуникаций		
Направление дизайна	***Вид графики***	***Доминирующие коммуникативные и проектные характеристики***	***Коммуникативные средства организации дизайн-решения***
Графический дизайн	*Традиционная, аналоговая компьютерная и цифровая графика*	*Статичность*	*Информационность* *Риторичность* *Лаконичность* *Системность*
Моушн-дизайн	*Традиционная, аналоговая компьютерная и цифровая графика*	*Динамичность*	*Повествование, раскрывающееся во времени*
Дизайн графических пользовательских интерфесов	*Цифровая графика*	*Интерактивность*	*Информационная архитектура* *Навигация и гипертекст* *Пользовательский опыт*
Генеративный дизайн	*Цифровая графика*	*Генеративность*	*Дизайн-программа*

Модель пространства дизайна графических коммуникаций. Сост. Т.О. Габриелян

Терминологическая согласованность и художественно-проектный подход

Представленная модель позволяет не только обозначить пространство дизайна графических коммуникаций, но и уточнить границы отдельных направлений. Если дизайн-решение создается в пределах одной формы художественно-проектной деятельности, правомерно использовать соответствующий базовый термин: *графический дизайн, моушн-дизайн, дизайн графических пользовательских интерфейсов*[6] или *генеративный дизайн*. В современной практике все чаще возникают решения, в которых эти формы художественно-проектной деятельности начинают взаимодействовать. В таком случае отдельные виды графики, доминирующие коммуникативные и проектные характеристики и коммуникативные средства организации дизайн-решения могут совмещаться на уровне самой структуры проекта, образуя новые виды дизайн-решений. Например, в синтетических решениях графический знак может одновременно существовать

как статичное изображение, анимированная заставка, интерактивный элемент интерфейса и вариативная генеративная система динамической айдентики.

Именно для междисциплинарных и синтетических решений требуется более точная терминология. Термин «дизайн визуальных коммуникаций» или «визуально-коммуникативный дизайн» уместен тогда, когда проект использует широкий спектр визуальных средств, не ограниченных графикой. Если же ведущей формой репрезентации становится графика – традиционная, аналоговая компьютерная или цифровая, – более точным является термин «дизайн графических коммуникаций». Такое наименование фиксирует двойную природу рассматриваемого поля: графическую по основному визуальному средству и коммуникативную по способу организации сообщения.

Использование этого термина позволяет различать графический дизайн как самостоятельное исторически сложившееся направление и междисциплинарную область, в которой графика включается в более широкое коммуникативное пространство. Слова «коммуникативный» и «коммуникационный» в данном случае не являются внешним дополнением к графическому дизайну. Они указывают на то, что речь идет не только о форме изображения, но и об организации сообщения, канала, адресата, пользовательского действия и условий восприятия. Поэтому исключение коммуникативного компонента из названия «дизайн графических коммуникаций» было бы неправомерным, если речь идет о синтетических формах художественно-проектной деятельности, связанных с графикой.

Следовательно, в более общем случае правомерно использовать понятия «коммуникативный дизайн» или «коммуникационный дизайн», а применительно к визуальной составляющей – «дизайн визуальных коммуникаций».

Проектные компетенции в пространстве дизайна графических коммуникаций

Группы компетенций предварительно выводятся посредством функционального соотнесения представленных в модели направлений дизайна, видов графики, доминирующих коммуникативных и проектных характеристик и коммуникативных средств организации дизайн-решения. Выделение компетенций носит структурно-модельный, а не нормативно-квалификационный характер. Предлагаемый перечень не претендует на исчерпывающее описание профессиональной деятельности дизайнера и не заменяет анализа профессиональных стандартов, образовательных программ и экспертной практики.

На основе представленной модели могут быть выделены следующие основные группы компетенций: *графико-проектные*, связанные с созданием и организацией визуально-графической формы; *коммуникативные* – с определением содержания сообщения, адресата, канала и условий восприятия; *динамические и сценарные* – с организацией повествования, раскрывающегося во времени; *интерфейсные* – с проектированием взаимодействия, пользовательских действий и обратной связи, информационной архитектуры, навигации, гипертекстовой организации контента и особенностей веб-интерфейсов; *генеративно-проектные* – с разработкой дизайн-программ, правил вариативности и отбором получаемых решений.

Особое значение приобретает *интегративная компетенция*. Она раскрывается через совокупность взаимосвязанных проектных действий: согласование графической формы в статичном, динамическом, интерактивном и генеративном состояниях; сохранение смысловой целостности сообщения при переходе между различными носителями, средами и каналами; соотнесение визуальной, временной, интерфейсной, гипертекстовой и дизайн-программной структур; формулирование правил вариативности; координацию работы специалистов смежных обла-

стей; оценку результата как целостного графико-коммуникативного дизайн-решения. В логике предложенной модели интегративная компетенция понимается не как механическая сумма частных профессиональных навыков, а как способность обеспечивать их функциональное согласование в едином проектном процессе.

Предложенная структура компетенций требует дальнейшей верификации посредством ее сопоставления с профессиональными стандартами, образовательными программами и экспертной практикой. Вместе с тем уже на уровне разработанной модели предложенная структура позволяет предварительно обозначить предполагаемые функциональные связи между отдельными специализациями и интегративные проектные действия, значимые для создания синтетических графико-коммуникативных дизайн-решений.

Выводы

В результате исследования предложена уточненная модель дизайна графических коммуникаций как сложноорганизованной графической составляющей коммуникативного дизайна.

Графический дизайн сохраняет значение самостоятельного исторически сложившегося направления, связанного *с визуально-графической формой, информационностью, рекламной риторичностью, лаконичностью и системностью*. Коммуникативный дизайн выступает более широким направлением, ориентированным на организацию сообщения, адресата, канала, условий восприятия и действия пользователя.

Рассмотрение моушн-дизайна, дизайна графических пользовательских интерфейсов и генеративного дизайна показывает, что графическая составляющая, сохраняя системообразующую роль в организации сообщения, может приобретать дополнительные коммуникативные и проектные характеристики – *динамичность, интерактивность и генеративность*. Эти характеристики не определяют графическую природу дизайн-решения, а описывают способы его временной организации, взаимодействия с пользователем и программируемой вариативности.

В пределах одного профессионального направления следует сохранять соответствующий устоявшийся термин. Понятие «пространство дизайна графических коммуникаций» обозначает всю моделируемую графическую составляющую коммуникативного дизайна. Для характеристики конкретной проектной практики, в которой графическая форма соединяется с движением, интерфейсом, гипертекстом, пользовательским сценарием или дизайн-программой, предлагается использовать понятие «синтетическое графико-коммуникативное дизайн-решение».

В дальнейшем особого внимания требует роль искусственного интеллекта в этом пространстве, поскольку генеративные системы изменяют не только способы получения изображения, но и профессиональную позицию дизайнера. Дизайнер все чаще выступает не только автором формы, но и редактором, постановщиком условий генерации и «режиссером» целостного графико-коммуникативного дизайн-решения.

Таким образом, выявление пространства дизайна графических коммуникаций имеет классификационное и проектно-методическое значение. Предложенная модель позволяет описать предполагаемые изменения профессиональной деятельности дизайнера, сформулировать гипотезу о значении интегративной компетенции и предложить ее предварительное структурное описание применительно к созданию современных синтетических графико-коммуникативных дизайн-решений.

Примечания

[1] Далее будет использоваться термин «коммуникативный дизайн».

[2] ICoD (International Council of Design — Международный совет по дизайну) – правопреемник Icograda (International Council of Graphic Design Associations — Международный совет ассоциаций графического дизайна) и ico-D (International Council of Communication Design — Международный совет по коммуникационному дизайну).

[3] Повествовательность здесь понимается как способ смысловой и временной организации сообщения.

[4] Обращение к понятию семиосферы обусловлено не задачей повторного исторического или углубленного семиотического анализа, представленного автором в предыдущих исследованиях, а необходимостью определить общий контекст построения модели.

[5] В предлагаемой модели необходимо различать генеративный дизайн как относительно самостоятельное направление проектной деятельности и генеративность как сквозную проектную характеристику. В первом случае дизайн-программа определяет основную логику формирования решения и выступает его системообразующей основой. Во втором случае генеративные механизмы могут включаться в графический дизайн, моушн-дизайн и дизайн графических пользовательских интерфейсов, в том числе реализуемых в веб-среде, не отменяя профессиональной принадлежности этих направлений. Поэтому выделение генеративного дизайна в качестве отдельного направления не исключает присутствия генеративности в других областях моделируемого пространства.

[6] При описании интерфейсов, реализуемых в веб-среде, допустимо использовать профессиональное обозначение «веб-дизайн», однако в структуре модели оно не фиксирует отдельное направление.

Библиография

1. Аванесов, С.С. Что можно называть визуальной семиотикой? / С.С. Аванесов // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. – 2014. – № 1(1). – С. 10–22.
2. Бердник, Т.О. Коммуникативный аспект дизайна постиндустриального общества / Т.О. Бердник // Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник РГХПУ им. С.Г. Строганова. – 2016. – № 4. – С. 306–312.
3. Бойчук, А.В. Пространство дизайна / А.В. Бойчук. – Харьков: Нове слово, 2013. – 367 с.
4. Габриелян, Т.О. Выразительные средства «классического» графического дизайна / Т.О. Габриелян // Вестн. Томск. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. – 2022. – № 48. – С. 197–214.
5. Габриелян, Т.О. Коммуникативные средства «классического» графического дизайна / Т.О. Габриелян // Вестн. РГХПУ им. С. Г. Строганова. – 2021. – № 4, ч. 2. – С. 92–103. – DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_2_92_103.
6. Габриелян, Т.О. К вопросу о соотнесении терминов «графический дизайн» и «коммуникативный (коммуникационный) дизайн» / Т.О. Габриелян // Вестн. РГХПУ им. С. Г. Строганова. – 2025. – № 3, ч. 2. – С. 110–120. – DOI: 10.37485/1997-4663_2025_3_2_110_120.
7. Габриелян, Т.О. Семиотико-интерактивная методология сотворчества в современном графическом и коммуникативном дизайне / Т.О. Габриелян // Художественное образование и наука. – 2025. – № 2 (43). – С. 6–17. – DOI: 10.36871/hon.202502006.
8. Габриелян, Т.О. Современная коммуникативная модель процесса создания и восприятия художественного и дизайн-произведения / Т.О. Габриелян // Дизайн. Материалы. Технология. – 2020. – № 1 (57). – С. 39–44.
9. Габриелян, Т.О. Дизайн-процесс массовой индивидуализации в контексте семиотико-интерактивной методологии / Т.О. Габриелян // Общество. Среда. Развитие. – 2023. – № 4. – С. 246–256. – DOI: 10.53115/19975996_2023_04_246_256.
10. Глинтерник, Э.М. Историческое самоопределение графического дизайна в проектной культуре России (1880–1980-е гг.) : специальность 17.00.06 «Техническая эстетика и дизайн» : дис. … д-ра искусствоведения / Элеонора Михайловна Глинтерник. – СПб., 2001. – 360 с.
11. Даглдиян, К.Т. Декоративная композиция: учеб. пособие / К.Т. Даглдиян. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 312 с.

12. Долгих, М.Н. Дизайн в культуре сетевого общества: интерактивна природа и виртуальная жизнь. – Томск: Изд-во Том. ун-та, 2016. – 200 с.
13. Жердев, Е.В., Лаврентьев, А.Н. От базовых принципов аналогового дизайна – к цифровому дизайну / Е.В. Жердев, А.Н. Лаврентьев // Архитектура и дизайн в цифровую эпоху : коллективная монография по мат-лам Междунар. науч. конф. Москва, 23–24 апреля 2021 года. – М.: Моск. гос. худож.-промыш. акад. им. С.Г. Строганова, 2021. – С. 154–172.
14. Лотман, Ю.М. Семиосфера / Ю.М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПБ, 2000. – 704 с.
15. Нильсен, Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен ; пер. с англ. – СПб.: Символ-Плюс, 2003. – 512 с.
16. Черневич, Е.В. Язык графического дизайна. Материалы к методике художественного конструирования / Е. В. Черневич. – М. : ВНИИТЭ, 1975. — 137 с.
17. Эко, У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Перев. с итал. В.Г. Резник и А.Г. Погоняйло. – СПб.: Симпозиум, 2006. – 544 с.
18. Ambrose, G., Harris P. The Fundamentals of Interactive Design / G. Ambrose, P. Harris. – London: AVA Publishing, 2011. – 200 p.
19. Barnard, M. Graphic Design as Communication / M. Barnard. – London; New York: Routledge, 2005. – 240 p.
20. Bohnacker, H. Generative design: visualize, program, and create with processing / H. Bohnacker. – New York : Princeton architectural press, 2012. – 472 p.
21. Erlhoff, M. Design Dictionary. Perspectives on Design Terminology / M. Erlhoff, T. Marshall (Eds), Birkhauser Verlag AG. – 2008. – 466 p.
22. Frascara, J. Communication Design: Principles, Methods, and Practice / J. Frascara. – New York: Allworth Press, 2004. – 160 p.
23. Gruber, F.J. Introducing a Conceptual Framework for Generative Design Processes / F.J. Gruber // 14th Generative Art Conference. – 2011. – P. 195–206.
24. Guida, F.E. Generative Visual Identities. New Scenarios in Corporate Identity / F.E. Guida // Proceedings of XVII Generative Art Conference. – 2014. – P. 121–132.
25. Krasner, J.S. Motion graphic design : applied history and aesthetics / Jon S. Krasner. – UK : Elsevier, 2008. – 434 p.
26. Lange, J. Icograda/ico-D Legacy Initiative. The evolution of the organisation: Chronology of significant milestones: 1962-2014. – 2014. – P. 1-49 : сайт. – URL: https://www.researchgate.net/publication/325857715_Icogradaico-D_Legacy_Initiative_The_evolution_of_the_organisation_Chronology_of_significant_milestones_1962-2014
27. Meggs, P. B. Meggs' history of graphic design / P. B. Meggs, A. W. Purvis. 5th ed. — New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. – 2012. – 608 p.
28. Oeldorf, C., &Spanakis, G. (2019). LoGANv2: Conditional Style-Based Logo Generation with Generative Adversarial Networks. 2019 18th IEEE International Conference On Machine Learning And Applications (ICMLA), 462-468.

References

1. Avanesov, S.S. (2014).What can be called visual semiotics? Praksema. Problemy vizual'noi semiotiki, 1(1), pp. 10-22. (In Russian).
2. Berdnik, T.O. (2016). The communicative aspect of design in post-industrial society. Dekorativnoe iskusstvo i predmetno-prostranstvennaya sreda. Vestnik RGKhPU im. S.G. Stroganova, 4, pp. 306–312. (In Russian).
3. Boichuk, A.V. (2013). The Space of Design. Kharkiv: Nove Slovo. (In Russian).
4. Gabrielyan, T.O. (2022). Expressive means of "classical" graphic design. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kulturologiya i iskusstvovedenie, 48, pp. 197–214. (In Russian).

5. Gabrielyan, T.O. (2021). Communicative means of “classical” graphic design. Vestnik RGKhPU im. S.G. Stroganova, 4(2), pp. 92-103. DOI: 10.37485/1997-4663_2021_4_2_92_103. (In Russian).
6. Gabrielyan, T.O. (2025).On the correlation between the terms “graphic design” and “communicative / communication design”. Vestnik RGKhPU im. S.G. Stroganova, 3(2), pp. 110–120. DOI: 10.37485/1997-4663_2025_3_2_110_120. (In Russian).
7. Gabrielyan, T.O. (2025). A semiotic-interactive methodology of co-creation in contemporary graphic and communication design. Khudozhestvennoe obrazovanie i nauka, 2(43), pp. 6-17. DOI: 10.36871/hon.202502006. (In Russian).
8. Gabrielyan, T.O. (2020). A modern communication model of the process of creating and perceiving an artwork and a design work. Dizain. Materialy. Tekhnologiya, 1(57), pp. 39–44. (In Russian).
9. Gabrielyan, T.O. (2023). The design process of mass individualization in the context of a semiotic-interactive methodology. Obshchestvo. Sreda. Razvitie, 4, pp. 246–256. DOI: 10.53115/19975996_2023_04_246_256. (In Russian).
10. Glinternik, E.M. (2001). Historical self-determination of graphic design in the project culture of Russia, 1880s-1980s. Doctoral dissertation in Art History. St. Petersburg. (In Russian).
11. Dagldiyan, K.T. (2010). Decorative Composition: A Textbook. 2nd ed., revised and enlarged. Rostov-on-Don: Feniks. (In Russian).
12. Dolgikh, M.N. (2016). Design in the Culture of a Network Society: Interactive Nature and Virtual Life. Tomsk: Tomsk University Press. (In Russian).
13. Zherdev, E.V. and Lavrentiev, A.N. (2021). From the basic principles of analog design to digital design. In: Arkhitektura i dizain v tsifrovuyu epokhu: kollektivnaya monografiya po materialam Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, Moscow, 23–24 April 2021. Moscow: Moscow State Stroganov Academy of Design and Applied Arts, pp. 154–172. (In Russian).
14. Lotman, Yu.M. (2000). Semiosphere. St. Petersburg: Iskusstvo-SPB. (In Russian).
15. Nielsen, J. (2003). Web Design: The Book by Jakob Nielsen. Translated from English. St. Petersburg: Simvol-Plus. (In Russian).
16. Chernevich, E.V. (1975).The Language of Graphic Design. Materials for a Methodology of Artistic Design. Moscow: VNIITE. (In Russian).
17. Eco, U. (2006). The Absent Structure. Introduction to Semiology. Translated from Italian by V.G. Reznik and A.G. Pogonyailo. St. Petersburg: Simpozium. (In Russian).
18. Ambrose, G. and Harris, P. (2011). The Fundamentals of Interactive Design. London: AVA Publishing.
19. Barnard, M. (2005). Graphic Design as Communication. London and New York: Routledge.
20. Bohnacker, H. (2012). Generative Design: Visualize, Program, and Create with Processing. New York: Princeton Architectural Press.
21. Erlhoff, M. and Marshall, T. (eds.) (2008). Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology. Basel: Birkhäuser Verlag AG.
22. Frascara, J. (2004). Communication Design: Principles, Methods, and Practice. New York: Allworth Press.
23. Gruber, F.J. (2011). Introducing a conceptual framework for generative design processes. In: 14th Generative Art Conference, pp. 195–206.
24. Guida, F.E. (2014). Generative visual identities. New scenarios in corporate identity. In: Proceedings of the XVII Generative Art Conference, pp. 121–132.
25. Krasner, J.S. (2008). Motion Graphic Design: Applied History and Aesthetics. UK: Elsevier.
26. Lange, J. (2014). Icograda/ico-D Legacy Initiative. The Evolution of the Organisation: Chronology of Significant Milestones: 1962–2014, pp. 1–49. Available at: https://www.researchgate.net/publication/325857715_Icogradaico-D_Legacy_Initiative_The_evolution_of_the_organisation_Chronology_of_significant_milestones_1962-2014

27. Meggs, P.B. and Purvis, A.W. (2012). Meggs' History of Graphic Design. 5th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
28. Oeldorf, C., Spanakis G. (2019) LoGANv2: Conditional Style-Based Logo Generation with Generative Adversarial Networks. In: 18th IEEE International Conference on Machine Learning and Applications (ICMLA). P. 462–468.

Ссылка для цитирования статьи
Габриелян Т.О. Пространство дизайна графических коммуникаций /Т.О. Габриелян //Архитектон: известия вузов. – 2026. – № 3(95). – URL: http://archvuz.ru/2026_3/23/ – DOI: https://doi.org/10.47055/19904126_2026_3(95)_23



© Габриелян Т.О., 2026
Лицензия Creative Commons
Это произведение доступно по лицензии Creative Commons «Attrubution-ShareALike» («Атрибуция - на тех же условиях»). 4.0 Всемирная

Дата поступления: 08.06.2026
Дата рецензирования: 06.08.2026
Дата принятия к печати: 01.09.2026