

Қазақстан Республикасы Тәуелсіздігінің 30 жылдығына арналған «Сейфуллин оқулары – 17: «Қазіргі аграрлық ғылым: цифрлық трансформация» атты халықаралық ғылыми – тәжірибелік конференцияға материалдар = Материалы международной научно – теоретической конференции «Сейфуллинские чтения – 17: «Современная аграрная наука: цифровая трансформация», посвященной 30 – летию Независимости Республики Казахстан.- 2021.- Т.1, Ч.4 - С. 84-85

## **КӨРМЕ КЕШЕНДЕРІН ЖОБАЛАУДАҒЫ ГРАФИКАЛЫҚ ДИЗАЙН ЫҚПАЛЫН ЗЕРТТЕУ**

*Шайдарханов Е.Е.*

Көрмелер мен экспозициялардың эстетикалық және көркем ұйымдастырылуын зерттеу проблемасы 1851 жылы, әлемдегі алғашқы көрмелер пайда болған кезден бастап туындады. Қазіргі кезде өндірістік экспозициялардың эстетикалық, көркемдік көрінісі және функционалды өндірілу проблемасы өзекті болып отыр, соған байланысты оны қазіргі көрме мәдениеті жағдайында зерттеу керек.

Әр ай сайын ашылатын, әр түрлі тауарлардың, қызметтердің, жаңа технологиялардың жарнамасымен жабдықталған заманауи халықаралық, жоғары мамандандырылған көрмелер. Көрмелердің дизайны бірыңғай, құрылыс принципі автоматизмге келтірілген: кез-келген экспозиция «модульдік жүйелерден - бірнеше күнде» немесе бірнеше сағатта жинақталады. Лаконизм, рационализм, техникалық ақпараттың көптігі, цифрлық технологияларды қолдану; бір жағынан, ойын-сауық және білім беру элементтерінің болмауы және өнеркәсіптік экспозицияны құру тұжырымдамасының өзі, аяқталған дизайн жобасы, екінші жағынан, көрмелер мамандарға қарапайым қонақтарға қарағанда қызықтырақ болып келеді [1].

Бұл тезисте графикалық дизайнның көрме дизайнына ықпалы және, заманауи көрме кешендерін ұйымдастырудағы жаңа технологиялар, соның ішінде көрнекі дизайн элементтері туралы айтылады. Қазіргі таңда көрме кешендерін әр түрлі ортада жасайды. Соның ішіндегі ең өзектісі және танымалы ашық аспан ортасындағы немесе қала ортасындағы көрме кешендерін ұйымдастыру. Қала ортасы басқа кеңістікпен салыстырғанда адамдар үшін ең ашық және еркін кеңістік. Күрделі қала тұрғындарын, әсіресе ірі қалаларды уақытша ашық көрме құрылымдарымен қызықтыру өте қиын. Тарихи сәулеттік ортада жеңіл көлемді-кеңістіктік құрылымдар масштабы мен монументалдығы жағынан төмен екені анық. Бірақ, бірқатар шектеулер мен конвенцияларға қарамастан, сіз әрқашан мегаполистің тұрғындарының назарын аудара алатын кескіндемелік әдістер мен көркемдік техникаларды таба аласыз.

Орта дизайнындағы көрме экспозициялары үшін қолданылатын жарнамалық технологиялардың ішіндегі ең қолайлы мысалдар -

саябақтардағы, скверлердегі, бульварлардағы және қалалардың көркем кластерлеріндегі көрме жобалары. «Экспозициялық шығармашылық орта шығармашылығынан басқа ештеңе емес. Оның міндеті - бірқатар компоненттердің белгілі бір арақатынасын - экспонаттар мен тақырыптарды, сәулет пен пәндік-кеңістіктік стилистиканы, дидактикалық материалды және технологиялық режимдерді органикалық түрде қамтитын «тұжырымдамалық шартталған ортаны кешенді құру» [2].

Виртуалды емес, материалды жобалау объектілерін шын мәнінде байланыс жүйелері ретінде қарастыра отырып, бірнеше аспектілерді атап өтуге болады.

Қарым-қатынасты ақпарат беру әрекеті немесе процесі ретінде қарастыруға болады. Қазіргі уақытта коммуникация өзара әрекеттесуінде жетекші орын, сөзсіз, электронды құралдарға тиесілі. Осыған қарамастан, «электрондыға дейінгі» байланыс әлі де маңызды рөл атқарады.

«Мұражай экспозицияларында, сауда орталықтарында, өндірістік жәрмеңкелерде, ақпараттық дүңгіршектерде және келушілер орталықтарында көрменің дизайны көп деңгейлі байланыс құру үшін кеңістікті, қозғалыс пен есте сақтау функцияларын қолдана отырып нақты уақыттағы тәжірибені ұсынады» [3].

Қазіргі уақытта коммуникативті байланыстарды өмір салты және кез-келген әлеуметтік топтың мінез-құлық жүйесі, нормалары мен құндылықтары (мысалы, қалалық мәдениет, ұрпақтар мәдениеті, ұйым мәдениеті және т.б.) ретінде түсіну басым. Қарым-қатынас мәдени жүйенің қатаң тұрақтылығын білдірмейді, ол белгілі бір дәрежеде әлеуметтік жағдайға байланысты өзгеруі және өзгеруі мүмкін. Интерактивті қарым-қатынасты ең тиімді деп санауға болады.

Қалалық ортадағы жарнама, интерактивті байланыс реттелетін имидж және ақпараттық өнер кластерін құру арқылы жүзеге асырылуы мүмкін. Демонстрациялық және жарнамалық экспозициялар павильондық іс-шаралар шеңберінен әлдеқашан өтіп кеткен. Олар көшелердің, саябақтардың, бульварлардың және басқа да қоғамдық орындардың бөлігі болып, тұрғындарға тікелей барды. Уақытша көрме құрылымдары қаланың оқиғаларына сәйкес келеді, елорданың тарихи және заманауи кеңістігінде мезгіл-мезгіл өсіп отырады [4].

Тәулік бойғы қауіпсіздіктен және дифференциалданған аудиториядан айырылған экспозицияны ашық кеңістікке қою кезінде сіз бірқатар ерекшеліктерді ескеруіңіз керек. Нысандар ауа-райының жағдайына бейімделуі және вандалға қарсы қасиеттері болуы керек. Шығарма барлық жастағы адамдарға және әлеуметтік ортаға байланысты барынша кең аудиторияға бағытталуы керек. Композицияның материалдары мен элементтері қауіпсіз және экологиялық таза болуға мәжбүр. Құрылымның өзі қалалық кеңістікке тәуелсіз, автономды құрылымды біріктіре отырып, берілген кеңістікке органикалық түрде сәйкес келуі керек.

Көрмені безендіру қоғам өмірінде ақпараттық-коммуникациялық функцияны орындайды. Ақпаратты ауызша тілден көркем тілге аудару

арқылы жеткізе білудің арқасында адамның бойында рухани құндылықтарды қабылдау және бағалау, көркем мәдениеттің құбылыстарын түсіну қабілеттері оянады. Көрменің дизайны - сәулет, қоршаған орта дизайны, өнеркәсіптік дизайн, графикалық дизайн, баспа графикасы, интерактивті механизмдер және басқа дизайн салаларын біріктіретін интегративті процесс. Қарым-қатынас пен қоршаған ортаның дизайнымен үйлескенде, көрме идеясын мақсатты аудиторияға жеткізе отырып, ақпараттың ең терең және толық байланысын қамтамасыз етеді. Көрме экспозициясын орындау кезінде ақпаратты көрсетудің заманауи әдістерін қолдану қажет: интерпретациялық және дидактикалық композициялар, физикалық және электронды интерактивтіліктің барлық түрлері, мультимедиялық презентациялар, орта графикасы және т.б.

#### Әдебиеттер тізімі:

1. Н. Николаева «Мұражай көрмесі - көркемдік құрылым», Мұражай өнері көрмесі, сб. ғыл. тр. НИИ мәдениет – М, 1997
2. Architecture now!, editor P. Jodidio, Hong Kong, Koln, London, Los Angeles, Madrid, Paris, Tokyo, Taschen, 2002, 192.
3. М.А. Орлова 1900 жылғы Париждегі Дүниежүзілік көрме иллюстрацияларда және суреттеулерде. - СПб.: Шетел әдебиетінің хабаршысы, 1900 ж.
4. В. Папанек Нақты әлемге арналған дизайн, Мәскеу, 2008 ж.
5. В. Н. Шпаков Дүниежүзілік көрмелердің тарихы /В. Н. Шпаков. — М.: АСТ: Зебра Е, 2008. — 384 б.