

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА И НОВИ ВЪЗМОЖНОСТИ В ОБУЧЕНИЕТО ПО ВИЗУАЛНА КОМУНИКАЦИЯ И МЕДИЕН ДИЗАЙН ВЪВ ВИСШЕТО ОБРАЗОВАНИЕ

МАЯ СТОЯНОВА

Факултет по журналистика и масова комуникация

e-mail: majas@uni-sofia.bg

Maya Stoyanova. Challenges and New Opportunities in Visual Communication Education and Media Design in Higher Education

Abstract: The potential and possibilities of innovative approaches, strategies, and methodologies in the teaching of disciplines such as visual communication, graphics, communication and media design in the university course of study will be explored. Challenges related to technological and software requirements, accessibility, restrictions and level of necessary information literacy of users will also be considered. The purpose of the research is to present the general picture of visual communication and media design education in higher education today, as well as to pay attention to the problems and challenges, as well as to reflect the new trends and opportunities resulting from the permanent technological innovations, dynamically developing and expanding the interdisciplinary scientific field of visual communication and design, with a reflection on the educational process of these disciplines.

Keywords: visual communication design, higher education, media, visual literacy

Днес живеем в „Интернет +“ ерата, в която наблюдаваме фундаментална промяна в начина, по който обществото възприема света. Визуалната култура измества от централната позиция езика и печатната офлайн култура. Хората вече разчитат не толкова на вербална комуникация, а на визуалното. В процеса на визуална комуникация, текстовите модели стават все по-неадекватни и слабо ефективни, за сметка на ключовата роля на визуалния опит и визуалната грамотност.

С все по-бързото навлизане на новите технологии в живота ни и публичното пространство те го променят, трансформират и дизайна, както всички други комуникации. Наблюдава се във все по-висока степен интегриране на технологични решения при преодоляването на различни проблеми.

Цифровите технологии революционизират и дизайна на визуалната комуникация като учебна дисциплина и нейното преподаване във висшето образование с някои явни предимства като бързина, пространствена визуализация, възможност за удобно и надеждно съхранение на съдържанието и достъп до информация от всяка точка на света. Промени настъпват и в учебната среда, чрез новите технологии може да бъдат симулирани виртуални класни стаи, в които да взаимодействат студенти, представители на различни етноси и култури, с различни гледни точки и разбирания, намиращи се на хиляди километри разстояние един от друг. Самото обучение вече не се основава на разпространение на знания, а се фокусира върху самоусъвършенстването на студентите и овладяването на методите за обработка на информацията и способността за анализиране и решаване на проблеми. Очаква се мултимедийните технологии, които съчетават висока интеграция на значителен обем данни (графика, изображения, звук и текстова информация) и интерактивност да трансформират традиционните методи на обучение по дизайн на визуалната комуникация и да разширят неговия обхват като научна дисциплина.

До каква степен обаче реалното обучение по дизайн на визуалната комуникация в университетите отговаря на тези очаквания?

На първо място, когато един кандидат-студент реши да потърси информация за университетска специалност в областта на визуалните комуникации, се откроява проблемът с неяснотата относно наименованието и обхвата на университетските специалности. Наслажда се впечатлението, че специалности като графичен дизайн, комуникационен дизайн, медиен дизайн, дизайн на визуалната комуникация са взаимозаменяеми и означават едно и също нещо, а в много случаи включват в учебните си програми едни и същи дисциплини. Тук разбира се отново съществена роля играят информационните мултимедийни технологии, които повлияват, трансформират и разширяват обхвата на визуалната комуникация от осъществявана чрез офлайн канали при графичния дизайн, през дигитална среда в посока към онлайн канали при комуникационния дизайн. Докато при графичния дизайн фокусът е върху аналогови печатни продукти, той е изместен върху дигиталните медии при комуникационния дизайн през 21 век.

Според мнение, споделяно от преобладаваща група изследователи на дизайна на визуалната комуникация, графичният дизайн може да се разбира като създаване/проектиране на ключови визуални елементи, които играят водеща роля в рамките на по-широк визуален комуникационен процес или кампания. Следователно, в съответствие с това разбиране, професионалните графични дизайнери са с по-тясна специализация в сферата на визуалната комуникация. Това им гарантира ролята на експертни съветници на специалистите по комуникационен дизайн, поради факта, че са по-всеобхватно и за-

дълбочено запознати с професионалните стандарти и практики на визуалния дизайн.

Комуникационният дизайн от своя страна използва създадените графични елементи при проектирането на стратегически план за предаване на по-широко послание на дадена аудитория. В полето на комуникационния дизайн и в експертизата на комуникационния дизайнер е включено идентифицирането на ключови думи или фрази във връзка с дадена кампания, както и приемането на решение за това кога, къде и как трябва да се появи съответното съобщение, за да има максимално въздействие върху конкретна аудитория.

Мястото на дизайна на визуална комуникация е някъде по средата между графичния дизайн и комуникационния дизайн. Докато графичният дизайн е тясно специализирана научна дисциплина, кореспондираща да голяма степен с визуалните изкуства, а комуникационният дизайн е по-обширното поле, фокусиращо се върху разработването на цели кампании или стратегии за успешно реализиране на съобщения (тяхното кодиране и декодиране), дизайнът на визуалната комуникация акцентира върху практиката за създаване на стратегически визуални елементи, с които да се изрази конкретно послание или да се разкаже конкретна история на публиката.

Графично представен обхватът на научните, изследователските полета и професионалните практики на трите дисциплини би могъл да бъде представен по начина, визуализиран на Фиг.1.



Фиг.1 Обхват на научните, изследователските полета и професионалните практики на графичния дизайн, дизайна на визуална комуникация и комуникационния дизайн

Друг съществен проблем, свързан с обучението по дизайн на визуалната комуникация е разширяването на научното поле в сравнение с традиционното обучение по графичен дизайн от близкото минало – от 2D равнина се преминава към 3D и от един канал на информация към няколко канала: визу-

ален, аудио, анимация, видео, мултимедия, работа с крос-медия, включване и на дизайн за социални мрежи и мобилни приложения. Това от своя страна поставя високи и многобройни изисквания пред преподаватели и студенти по отношение на техните специализирани професионални умения, компетенции и ниво на дигитална грамотност¹.

Свързан с предходния е и проблемът, който възниква с развитието на информационните технологии, но в същото време липса осъвременяване на учебните планове на съответните дисциплини и все още се прилага остаряла методология на преподаване в традиционна форма: активни и доминиращи в учебния процес преподаватели и пасивни, немотивирани и неангажирани студенти. В Китай напр. акцентът е върху преподаването на теория, за сметка на практическото обучение, макар че всички участници в учебния процес споделят единодушно мнението, че обучението по дизайн на визуалната комуникация трябва да е колкото теоретично, толкова и практически ориентирано, за да могат завършилите специалисти да отговорят на нуждите и очакванията на бизнеса, нещо, което все още предстои да се случи, поради неефективното към момента обучение и неконкурентните умения на младите дизайнери, неответстващи на нуждите на пазара на труда^{2,3}.

В Тайван се наблюдава друг проблем, който заслужава да се спомене, тъй като е много вероятно да се превърне в масов, поради все по-активното навлизане на специализирания софтуер за графично и мултимедийно редактиране в обучението по дизайн на визуалната комуникация. През последните години се наблюдава уеднаквяване във визията и звученето на творческите работи на студентите, вероятно под въздействието на употребата на едни и същи софтуерни програми и графични инструменти. Съществува и неразбирането, че визуалното творчество не е просто възможност за визуална манипулация със средствата на специализирания софтуер. Дизайнът на визуалната комуникация губи част от своята художествена самобитност и от разнообразието на изследваните теми. Удобството, което предлагат технологиите насърчава младите дизайнери несъзнателно да търсят визуалните ефекти и да пренебрегват комуникацията на съобщенията.

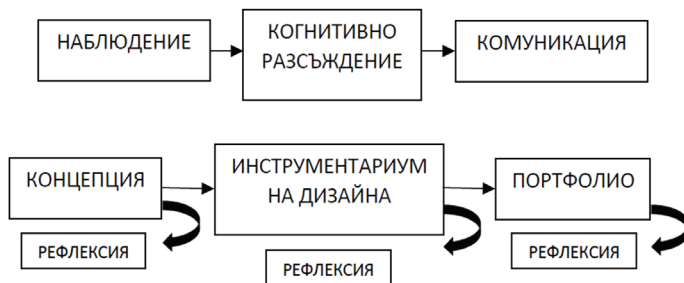
Западният модел на преподаване на дизайн на визуалната комуникация успява да постигне необходимия баланс между теоретична подготовка и практически умения при студентите. Но някои изследователи изтъкват, че то вър-

¹ See BO, Hu. Problems and Countermeasures in the Course of Visual Communication Specialty in the "Internet +" Era. *Advances in Computer Science Research (ACSR)*, volume 83, 2018

² BO, Hu. Problems and Countermeasures in the Course of Visual Communication Specialty in the "Internet +" Era. *Advances in Computer Science Research (ACSR)*, volume 83, 2018.

³ LIU, Yongxiao, Qing LI, Yifan ZHAO. An Analysis on the Training Strategy of Innovative Ability of Students Majoring in Visual Communication Design. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 614, 2021.

ви в две направления: обучение чрез възлагане на проекти и чрез работа в дизайнерски студия, с цел да се възпроизведе максимално точно реалната работна среда, в която ще попадне студентът след успешното завършване на образованието си. Това обаче не е достатъчно. Оказва се, че този модел не води до ефективни знания по дизайн на визуалната комуникация. Този тип преподаване поощрява форма на повърхностно мислене и обучение, а за по-висока ефективност е необходимо „дълбоко“ мислене. Тази методология на дълбокото мислене (критично и аналитично мислене) се предлага като иновативна и надграждаща от австралийски преподаватели и води до ефективни знания. Методът се нарича „критично размишление/рефлексия“ и по същество предлага след всяка фаза в работния процес по възложен проект при изпълнението на дизайнерски бриф да се прави рефлексия не върху резултата от свършената работа, а върху работния процес, довел до този резултат^{4, 5}. Целият процес би могъл да се визуализира с Фиг. 2, където концепцията е резултат от критичното и аналитично „дълбоко“ мислене. Инструментариумът на дизайна включва процеса на проектиране и интегрирането на иновативни технологии за създаване на мултимедийно съдържание – подпомага развитието на концепцията. Портфолиото е финалната фаза на визуализация на комуникираните съобщения, израз е на компетентност в дизайна за създаване на ефективен визуален език и общуване чрез него:



Фиг.2 Западен модел на работен процес по възложен проект при изпълнението на дизайнерски бриф

⁴ ELLMERS, Grant Nathan. Graphic Design Education: Fostering the conditions for transfer in a project-based and studio-based learning environment, through a structured and critical approach to reflective practice. University of Wollongong Thesis Collection, 2014.

⁵ ADILOGLU, Fatos. Visual communication: design studio education through working the process. Procedia – Social and Behavioral Sciences 28, 982 – 991, 2011.

Като предизвикателство пред университетските преподаватели стои и въпросът с оценяването на работата на студентите по дизайн на визуалната комуникация. Според австралийски преподаватели има необходимост от нови процедури за формиране на оценка, които ще позволят творческата способност на студентите да бъде оценена с по-голяма прозрачност и обективност⁶. В Китай предлагат това да се случи с помощта на изкуствен интелект. Вървим към бъдеще, в което AI не е добавка, а неразделна част от живота ни⁷.

Като проблем, но в същото време и нова възможност се явява разминаването между обхвата на научната специалност и очакванията на студентите. Те очакват курсовете по дизайн на визуалната комуникация да се свеждат до овладяване на специализирания компютърен софтуер, а това поставя преподавателите в не особено привлекателната позиция, да се налага да стесняват полето на научната дисциплина, която преподават, за да могат да отговорят по-адекватно на възможностите на студентите, които имат интерес, но в същото време доста ниско ниво на визуална грамотност, критично и аналитично дизайнерско мислене, недостатъчна визуална култура и занижени естетически критерии. Но пък резултатите, наблюдавани в Тайван показват еднозначно, че именно комбинирането на теория и използването на различни дигитални технологии прави преподаването на дизайн на визуалната комуникация по-въълнуващо за студентите. Експериментите доказали, че чрез иновации в методите на преподаване студентите с не особено изявиени художествени способности могат да бъдат мотивирани в обучението и да овладяват принципите на дизайна, които трябва да владеят, за да развият своя потенциал като професионалисти в областта на дизайна на визуалната комуникация⁸.

Реформата в преподаването на дисциплината дизайн на визуалната комуникация във висшето образование трябва да се опира, както на теоретичните научни знания, на практиката и натрупването на професионален опит в реалистична среда на засилена конкуренция, характерна за тази индустрия, така и на иновативните подходи, развитието и прилагането на нови технологии в образователния процес, поощряващи творческото използване на визуалния език.

⁶ ELLMERS, Grant Nathan. *Graphic Design Education: Fostering the conditions for transfer in a project-based and studio-based learning environment, through a structured and critical approach to reflective practice*. University of Wollongong Thesis Collection, 2014.

⁷ SUN, Qian and Yingjie ZHU. *Teaching Analysis for Visual Communication Design with the Perspective of Digital Technology*. Hindawi Computational and Mathematical Methods in Medicine Volume 2022, <https://doi.org/10.1155/2022/2411811>, 2022.

⁸ WANG, Xiaojun. *Innovative Mode of Visual Communication Design Practice Teaching Based on Big Data*. Journal of Physics: Conference Series, Volume 2074, 2021, International Conference on Information Technology and Big Data Engineering (ITBDE 2021) 25-27 April 2021.

БИБЛИОГРАФИЯ

- ВЪЛКАНОВА, Веселина. Меден дизайн. Креативност, консистентност и комуникация на модерните списания. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2013
- ВЪЛКАНОВА, Веселина. Медии и уеб дизайн. Култура и функционалност на онлайн комуникацията. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 2019
- ADILOGLU, Fatos. Visual communication: design studio education through working the process. *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 28, 982 – 991, 2011.
- BO, Hu. Problems and Countermeasures in the Course of Visual Communication Specialty in the “Internet +” Era. *Advances in Computer Science Research (ACSR)*, volume 83, 2018.
- ELLMERS, Grant Nathan. Graphic Design Education: Fostering the conditions for transfer in a project-based and studio-based learning environment, through a structured and critical approach to reflective practice. University of Wollongong Thesis Collection, 2014.
- LIU, Yongxiao, Qing LI, Yifan ZHAO. An Analysis on the Training Strategy of Innovative Ability of Students Majoring in Visual Communication Design. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 614, 2021.
- SUN, Qian and Yingjie ZHU. Teaching Analysis for Visual Communication Design with the Perspective of Digital Technology. *Hindawi Computational and Mathematical Methods in Medicine Volume 2022*, <https://doi.org/10.1155/2022/2411811>, 2022.
- WANG, Ping. Research on the Application of Artificial Intelligence in the Innovative Development of Visual Communication Design Education, *Journal of Physics: Conference Series* 1744 (2021) 032196, doi:10.1088/1742-6596/1744/3/032196, 2021.
- WANG, Xiaojun. Innovative Mode of Visual Communication Design Practice Teaching Based on Big Data. *Journal of Physics: Conference Series*, Volume 2074, 2021, International Conference on Information Technology and Big Data Engineering (ITBDE 2021) 25-27 April 2021.

References: transliteration

- VALKANOVA, Veselina. Medien dizajn. Kreativnost, konsistenstnost i komunikacija na modernite spisanija. Sofia: Universitetstko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”, 2013
- VALKANOVA, Veselina. Medii i ueb dizajn. Kultura i funkcionalnost na onlajn komunikacijata. Sofia: Universitetstko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”, 2019