

УДК 7.01/.09

## ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: АНАЛИЗ ТРЕНДОВ

© Гришина А.С., Ахматова И.В.

*Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: a.rahu@yandex.ru

Целью работы является анализ популярных приемов оформления визуального контента, публикуемого в крупных социальных сетях, который определенно является социально значимым объектом, способным оказывать психологическое влияние на личность человека, а также формировать сознание общности, внедряя определенные стереотипы.

Исследование основывается на примерах новых визуальных образов и приемов для создания фото- и видеоматериала, анимации, а также графического искусства. Структурными компонентами создания изобразительных элементов являются: расположение, ориентация, форма, цвет, размер, текстура и значение.

В результате анализа выделены несколько широко популярных в мировом сообществе трендов визуального контента:

- 1) использование фирменных цветов бренда в качестве фона для представленного вниманию объекта или модели;
- 2) акцентирование внимания пользователей ярким, кричащим цветом, занимающим большую часть изображения, или насыщенной сближенной палитрой, распространяющейся на все изображение;
- 3) вовлечение в контент небольших анимационных элементов для создания разнообразия и уникальности, а также создание живых элементов, таких как: интерактивная карта или календарь какого-либо события;
- 4) наличие в контенте оригинальных авторских иллюстраций, способных наиболее выразительно передать необходимую атмосферу и стиль;
- 5) использование геометрических фигур для создания уникальной композиции кадра;
- 6) применение типографики как способа быстрой передачи сообщения;
- 7) ведение блога и публикация контента, созданного пользователями (например, фан-арты или мемы), как способ сблизиться и создать доверительные отношения с определенной аудиторией;
- 8) ретроспектива и ее модернизация в изобразительных приемах.

В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

- 1) социальные сети – это основной источник коммуникации между создателями и потребителями информации;
- 2) тренды диктуют особенности визуального контента, чем контролируют волну излишнего многообразия, поскольку сегодня практически каждый человек, имеющий свободный доступ в Интернет, может стать медийным;
- 3) мировые тренды – это те дизайнерские способы оформления, которые прошли проверку временем и получили симпатии пользователей социальных сетей независимо от места их проживания, воспитания и мировоззрения. Иными словами, люди сами формируют моду.

### Библиографический список

1. Шумакова Е.А. Влияние трендов в дизайне на визуальный контент брендов в социальных сетях. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-trendov-v-dizayne-na-vizualnyu-kontent-brendov-v-sotsialnyh-setyah/viewer> (дата обращения: 26.04.2021).
2. Adindex.ru: Главные визуальные тренды 2021 года по версии Depositphotos: сайт. URL: <https://adindex.ru/publication/opinion/creative/2020/12/25/164661.phtml> (дата обращения: 26.04.2021).
3. Паразайт: Тренды дизайна в социальных сетях. URL: <https://parasitelab.com/ru/blog/smm-design-2020> (дата обращения: 26.04.2021).