Итак, пора разобраться в трендах и новинках графического дизайна на 2022 год. Без лишних слов, окунемся в хаос популярных тенденций,  и посмотрим на примеры топовых креативщиков со всего мира. Почему, стало модно выходить за рамки,  нарушать правила и плевать на все академические стандарты в дизайне? Давайте разберемся! Поехали!

Тренд на 3D-дизайн все еще продолжается. Эта сфера  открывает поистине безграничные возможности для  дизайнеров. В настоящее время мы видим все больше и больше моушн-дизайна в приложениях,  цифровой рекламе, типографике и на Web-страницах.

3D-графика и рендеры уже повсеместно используются в производстве медиа-контента и являются  актуальным инструментом для привлечения клиентов с помощью  движения и анимации, и создается явное впечатление, что статичная графика,  потихоньку отходит на второй план. Например, определенное движение паттернов или характерные принципы анимации создают уникальную идентичность брэнда. В современном мире уникальность подачи визуальной информации вполне может стать новым параметром  для идентификации бренда и расширить основные возможности для дизайнеров.

Вдохнуть новую жизнь в уже устоявшиеся принципы визуальной коммуникации. Тренд на хаотичность в типографике и эксперименты в построении слов и символов продолжаются.  То, что выглядит несовершенно и выбивается из привычных  стандартов – становится эталоном новой эстетики, которая рушит все былые взгляды. Например, одна буква может быть перевернута,  написана другим шрифтом, может быть больше или меньше, заменена символом и т.д.

Кстати,  на этих же принципах, основана заставка популярного сериала «Игра в кальмара». В тренде так называемая «кинетическая типографика» , которая  перекачивала  в моушн-дизайн с привычных бумажных носителей и этом году, повсеместно типографика  станет более яркой, игривой и подвижной.

Дифракция и рефракция это оптические термины. Данные  физические явления проявляют себя как изгиб света при прохождении через край объекта или при переходе из одной физической среды к другой. Так же этими терминами оперируют при  настройке материалов физкорректных рендеров.  Этот голографический эффект основан на  дифракции и рефракции света и стал очень  популярен у ведущих брендов. Выглядит очень футуристично и в то же время глянцево и ярко. Может применяться как к твердым объектам,  так и к жидкостям и будет очень распространен в следующем году.

В прошлом году в тренде было золото и серебро,  что придавало обыденным вещам премиальный вид. Теперь в тренде такие материалы,  как стекло кристаллы и хрусталь. В этой  сфере трехмерная графика достигла невероятной  реалистичности и это несомненно выведет этот тренд на совершенно новый уровень популярности.

Брутализм – это вызов современному лоску, оптимизму и легкомысленности в  Web-дизайне. Этот парадоксальный тренд отличается от других полным безразличием к красоте и удобству. Данное направление – это отголоски дизайна самых первых сайтов и архитектурного течения из 70-х,  в котором избегали любых украшений и ярких цветов. Основные  характеристики для данного стиля – это полное отсутствие дизайнерских фишек. Теней,  анимаций, паттернов и так далее. Никакой

симметрии и интервалов. Так же отсутствует  иерархия и группировка элементов дизайна. В общем, смысл не в удобстве, а в идее. Брутализм – это  визуальный язык протеста против стандартов и трендов дизайна, который сам стал трендом.

Конфетные цвета и материалы набирают популярность. Опытные дизайнеры и цифровые художники все чаще создают яркий и смелый контент для известных брендов в противовес строгости  и порядку. Такие цветовые схемы рассчитаны на вполне себе взрослую целевую аудиторию. Многие сложные технические процессы в современном мире, проще донести в виде незатейливой,  а иногда даже мультяшной инфографики. Всему виной визуальная привлекательность  и дружелюбная атмосфера таких решений. Иногда это выглядит немного психоделически, но в целом  просматривается как отдельное направление и новый популярный тренд в новом 2022 году.

Мода и Тренды в дизайне, как нам известно, имеют тенденцию возвращаться. То, что было  популярно несколько десятков лет назад, снова находит отклик в современности,  но уже в своем цифровом проявлении. Изначально технология ризографии создавалась для офисной  и промышленной печати. Трафарет с определенным цветом оборачивался вокруг печатного барабана  и переносил краску на бумагу. При этом каждый отдельный оттиск имел свои небольшие дефекты  в виде смещений и растекания чернил.В целом стиль новой ризографии похож  на упрощенные трафаретные коллажи в которых всегда  используется минимальное количество не всегда подходящих к друг-другу цветов. Сейчас дизайнеры успешно имитируют данный стиль в новом цифровом формате.И он потрясающе смотрится  не только в упаковке и печати,  но и в анимации, типографике и веб-дизайне.

Все большую популярность набирают 3D-маскоты и нарисованные персонажи ассоциируемые с брендом. Мы можем видеть их в виде помощников их на страницах приложений, веб-сайтах и  даже в рекламе на ТВ. Наступило время, когда проще воспользоваться услугами 3D-дизайнера,  чем строить декорации, нанимать актеров, и снимать композицию вживую в реальном мире.

Тенденции дизайна 90-х, которые снова в моде. 90-е годы были настолько значимыми для нас в культурном  отношении, что мы постепенно погружается в ностальгию по тем временам. И сегодня  эта эстетика выплеснулась на современные интернет площадки, моду и сферу дизайна в  целом. Сейчас в медиа-пространстве можно наблюдать множество отсылок  на культуру 90-ых годов. Раннее MTV, модные спортивные олимпийки, геометрический дизайн,  рэтровейв, и даже музыкальные направления, копирующие звук и стилистику тех времен. Среди многообразия ярких и кричащих оттенков и обилия 3D графики,  данный стиль выделяется как органичный и не нарушающий правил и концепций дизайна. Этот  художественный стиль появился в начале 20 века  с развитием индустриализации и технологической  эстетики. Его философия – это спокойствие, достоинство, эстетика и геометрия. Всё в  противовес традиционализму и модернизму тех годов. Графические дизайнеры нашли способ перенести это  направление в цифровую форму. И этот прекрасный стиль постепенно входит в тренды 2020 года.

Еще одно традиционное искусство, перешедшее из физической в цифровую форму.Но теперь реализованное в виде рендеров и 3D моушн-дизайна. Такое явление часто  можно видеть в клипах современных исполнителей и в концептуальных решениях в рекламе мировых брендов.

Эстетика психоделики 60-х годов не отпускает нас и в этом году. Если раньше смысловым подтекстом  этого хаоса и полётов разума были рок концерты и кислотные трипы, то теперь это новая форма  визуальной культуры, которая отражает хаос, постмодерн и неопределенность нашего времени. С повсеместным развитием 3Д-графики это направление явно будет развиваться  в 2022 году и погружать нас в новые формы и цвета.QR-коды не часто использовались до пандемии, но сейчас у людей уже сформировался психический  паттерн на использование этой технологии. Поэтому в будущем, это позволит дизайнерам больше  экспериментировать с технологиями дополненной реальности и использованием QR-кодов на  упаковке продукта. Должен произойти и резкий рост инноваций, связанных с этой областью технологий. Ну а цветом 2022 года по версии института PANTONE становится «Very Peri».Новый цвет Pantone своим смелым присутствием поощряет находчивость и творческий подход.

Тренды дизайна 2022 года перекликаются с нашими стремлениями найти смысл  и внутреннее удовлетворение в это трудное и хаотичное время. Сломать рамки привычного, открыть чему-то новому создавая завораживающие дизайны с  яркими цветами и бесконечным движением вперед в этом несовершенном, но все же удивительном мире.