

---

# ИЗМЕШТАЊЕ СТАТУСА ГРАФИЧКОГ ОБЛИКОВАЊА У ДВАДЕСЕТОМ И ДВАДЕСЕТ ПРВОМ ВЕКУ

---

УДК 766"19/20"

DOI <https://doi.org/10.22182/spm.specijal2019.13>

Прегледни рад

Даница Глођовић

Факултет за медије и комуникације,  
Универзитет Сингидунум, Београд

---

## Сажетак

---

У овом раду, ауторка истражује промену парадигме графичког обликовања, од почетка двадесетог века до данас, као и трансформацију обликовних пракси од традиционалних, ка дигиталним медијима. С обзиром на то да је тема овог рада измештање статуса графичког обликовања у истраживачком поступку приликом обраде предложене теме примениће се сет теоријско епистемолошких техника што подразумева разноврсне интердисциплинарне и трансдисциплинарне методе. Ради истицања и проблематизовања кључних области теорије графичког обликовања, прегледном техником ће се мапирати и представити опус области и актуелних теорија визуелне културе које покрива предложена тема, према задатим критеријумима које овај рад предлаже. Критеријуми за мапирање и критичку анализу ослањаће се на савремене теорије графичког обликовања, а и друштва као

крајњег корисника дизајнираних производа и услуга.

Графичко обликовање не може се тумачити као само један од естетских појмова, радње или производа, већ је реч о својеврсном политичком феномену. Дизајн је, како естетско обликовање, тако и аутентично политичко обликовање знаковног и материјалног света. Обликује свакодневни живот људи, и широко је уграђен у механизам владања друштвеним простором, као и животом уопште, у урбаном простору и над телима која тај простор заузимају. У модерним временима, кроз подршку технологије, као и трансдисциплинарном приступу кроз конвергенцију различитих пословних и друштвених пракси, графичком обликовању пружају се неке нове могућности, што свакако измешта циљеве и достигнућа ове области. Може се рећи да је улога графичког обликовања да на микро нивоу производи субјективност, а на макро нивоу успоставља физичке и виртуелне ограде управљања, контроле и кретања. Стварни свет више није уочљив, јер оно што субјект види и зна о стварном свету, јесте оно што му говоре произведени знакови. У овом раду ауторка обухвата и проблематику ауторства у односу на дизајнерске праксе. Овим истраживањем ауторка жели да мапира кључне тачке у промени парадигме графичког обликовања, као и да читаоцима представи пут развоја дизајнерских пракси какве данас познајемо.

**Кључне речи:** Графичко обликовање, дизајн, Баухаус, дигитални медији, трансдисциплинарност, визуелна култура, репрезентација.

---

## 1. ПРОМЕНЕ И ЦИЉЕВИ ДИЗАЈНЕРСКИХ ПРАКСИ

Почетком двадесетог века, уметници и дизајнери суочили су се са својим друштвом управо кроз праксе графичког обликовања. Окружени хаосом, индустријализацијом, технолошким преокретима, светским ратом, трагали су за редом и смислом. Говорили су кроз манифесте и креирали плакате, књиге, часописе и типографске форме користећи иновативне визуелне речнике. Прихватили су масовну комуникацију, третирали су естетске конвенције симетрије и орнамената као устајале остатке прошлости. Покушали су да открију неокаљане визуелне форме које одговарају новом модерном свету. Кроз такве експерименте истраживали су асиметрични распоред, активирани бели простор, серијски дизајн, геометријске типове, минимализам, хијерархију, функционализам и универзалност. У времену када технологија оснажује нови колектив, она такође и редифинише универзалност. Да би се разумело како се овај кључни медиј дизајна развијао, неопходно је осврнути се на то и како је настао. Ово истраживање за циљ има да понуди читаоцима преглед о томе како је дошло до промене парадигме у праксама графичког обликовања од периода настанка Баухауса па све до дизајнерских пракси, какве данас познајемо и упражњавамо.

Чланови Баухаус школе, основане у Вајмару 1919. године, трагали су за прочишћеном објективном репрезентативном формом. Под утицајем конструктивизма, футуризма и групе Де Стијл, естетска машинерија сукобила се са субјективно искривљеним експресионизмом. Уметници попут Мохољи-Нађа (László Moholy-Nagy), актуелизовањем типографије као средства комуникације у уметничком изразу, изједначили су објективност са *истином* и јасноћом.<sup>1</sup> Да би изразили ову истину, уметници су морали емоционално да се одвоје од свог рада у корист рационалнијег и универзалнијег приступа. Типографија се повезивала са визуелним идентитетом и оглашавањем, употреба безсерифних фонтова и укључивање фотографије као кључних графичких елемената представљали су симбол ове авангардне институције.

1 Victor Margolin, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917-1946*, University of Chicago Press, Chicago, 1997, стр. 50-67.

Објективно одвајање подстакло је и друге чланове Баухауса, укључујући Херберта Бајера (Herbert Bayer) и Јозефа Алберса (Josef Albers), који су тежили откривању идеалних облика комуникације, јасно и прецизно, чистећи визуелни језик од субјективности и двосмислености.<sup>2</sup> У другој половини прошлог века, изазвана је идеја универзалности кроз потврду бескрајне разноликости појединаца и заједница мењајући значење визуалних облика што потврђује и оптимистична тврдња Мохољи-Нађа у есеју „Типофото“, о новом универзалном визуелном свету, у коме примећује да се “хигијена оптичког, здравље видљивог полако филтрира.”<sup>3</sup>

Технологија коју дизајнери данас употребљавају за креирање и комуникацију, непосредно утемељује универзалност, стварајући низ рестриктивних протокола. Софтверске апликације прилагођавају индивидуалне креативне тенденције стандардним, универзалним алатима и колористичким шемама, стварајући нови медиј путем кога се дизајнерске праксе изражавају. Специфичне технике, језик и речник уметничког изражавања претходно су изоловани у оквиру појединачних професија, „увозе“ се и „извозе“ кроз софтверске апликације и дизајнерске праксе да би се створио заједнички „метамедији“. Лев Манович (Lev Manovich), у свом истраживачком есеју “Увоз/Извоз”, ову последично естетску трансформацију сматра монументалном.<sup>4</sup> Захваљујући технологији, универзалност се удаљила од рестриктивних модела прошлости према новом, данас *уобичајеном* језику. Овај обновљени хибридни универзални језик помера границе између дисциплина и појединца, између земаља и култура. У свом есеју „Универзалност узвраћа ударац“, Елен и Јулиа Луптон (Ellen, Julia Lupton) примећују да је „визуелни језик уплетен у технолошки еволуирајуће комуникацијско окружење које се протеже и тестира од стране људи без преседана.”<sup>5</sup>

2 Ellen Lupton and J. Abbott Miller, eds., *The ABC's of Triangle Square Circle: The Bauhaus and Design Theory*, Princeton Architectural Press, New York, 2000, стр.22.

3 László Moholy-Nagy, “*Typophoto*,” in *Painting, Photography, Film*, MIT Press, Cambridge, 1973, стр. 38–40.

4 Lev Manovich, *Import/Export: Design Workflow and Contemporary Aesthetics*, Internet: <http://manovich.net/index.php/projects/import-export>, 05/02/2019.

5 Helen Armstrong, *Graphic design theory: readings from the field*, Princeton Architectural Press, New York, 2009, стр. 133.

Глобална и локална масовна продукција производа и услуга, обезбеђује обим посла који произлази из ове универзалности.

Универзални системи који се данас појављују разликују се од универзалности авангарде, која је настојала да створи јединствен, утопијски визуелни језик који би могао да уједини људску културу. Данас, велики број дизајнера и продуцената, именованих и неименованих, унутар и изван професије, доприносе огромним новим визуелним добрима, често користећи заједничке алате и технологије. Кроз ову нову “глобалну заједницу” мења се парадигма модерног графичког обликовања.

## 2.ОДГОВОРНОСТ И УТИЦАЈ ДРУШТВЕНЕ ЗАЈЕДНИЦЕ

Родченко (Алекса́ндр Миха́йлович Ро́дченко), Лисицки (Эль Лисицкий), Мохољи-Нађ и други покушали су активно да преобликују своја друштва кроз дизајн, обликујући хаос живота у уредне, рационалне форме. Почевши од 1920-их, руски конструктивисти као што су Родченко и Лисицки посебно су помогли у спровођењу револуционарног авангардног програма. У новом Совјетском Савезу, они су трансформисали индивидуалне уметничке намере у колективну утопијску визију, у тежњи да ће се тиме постићи боље, праведније и егалитарније друштво. Уметник је постао неименовани културални радник, “конструктор”.<sup>6</sup>

Неутралност међународног стила, посебно онако како се практикује у Сједињеним Америчким Државама 50-их и 60-их година двадесетог века, дистанцирала је дизајнере од револуционарних друштвених идеала. Швајцарски системи дизајна постављају графички дизајн као професионалну праксу вредну *корпоративне* Америке.<sup>7</sup> Уместо да поткопају свој идентитет унутар критичне авангардне парадигме друштвених промена, ови дизајнери су настојали да уклоне свој идентитет у служби укупног корпоративног имица, подупирући постојеће структуре моћи њиховог времена. Крајем 60-их, околности

6 Victor Margolin, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917-1946*, нав. дело, стр. 12-71.

7 Johanna Drucker, *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909-1923*, University of Chicago Press, Chicago, 1994, стр. 12-16.

су почеле да се мењају, што је довело до обновљеног осећаја друштвене одговорности у дизајнерским заједницама. Постмодерна реакција против модернистичке неутралности је преовладала. Волфганг Вајнгарт (Wolfgang Weingart), који је типографске вештине учио од утицајних типографа Емила Рудера (Emil Ruder) и Макса Била (Max Bill), а касније у школи дизајна у Баселу, основао је покрет назван *New Wave*<sup>8</sup> дизајн који је истакао интуицију у први план, манипулишући модернистичким облицима и системима у правцу изражајнијег и романтичнијег приступа.<sup>9</sup>

У Сједињеним Америчким Државама, од 70-их до 90-их година прошлог века, Кетрин Мекој (Katherine McCoy), шефица Академије уметности Кренбруку у Мичигену, мотивисала је своје ученике да се субјективније укључе у свој посао. Истражујући постструктуралистичке теорије отворености и нестабилности значења, Мекој је дестабилизovala конкретан, рационалан дизајн швајцарског стила. У свом раду приоритет је давала емоцијама, самоизражавању и мноштву значења које се не може контролисати унутар поруке клијента. На тај начин, она је вратила пажњу корисника на индивидуалног дизајнера.<sup>10</sup> Водила је своје студенте у срж постструктурализма, претварајући тиме дизајн у сложени дискурс који би корисник морао декодирати. Снажни модерни методи дизајна су били измештени, дизајнери су изгубили веру у рационалност, објективност и универзалност. Деведесетих година, бунтовни емоционални испади и самоизражавање, придружили су се све већој глобалној свести и новој концентрацији производних дизајнерских метода и стилова. Заједно, ови покрети и праксе су све више мотивисале дизајнере да се критички враћају у друштво. Како се поље кретало ка субјективнијем дизајнерском приступу, у друштву се, крајем двадесетог века, оснажио покрет за друштвену одговорност. Графички дизајнери придружили су се медијским активистима у пружању отпора

8 Хелен Армстронг у својој књизи „Теорија графичког дизајна“ подсећа да се *New Wave* (Нови Талас) дизајн такође звао и *нова типографија*. Авангардни приступ типографији - санс серифни фонтови, асиметрична равнотежа, свесна употреба оптичког типа, коју су развијали уметници свуда у Европи, али првенствено у Баухаусу. Ови приступи се често називају *Нова типографија*.

9 Helen Armstrong, *Graphic design theory: readings from the field*, нав. дело, стр. 14.

10 Исто, стр. 14.

против опасности потрошачке културе.<sup>11</sup> Дизајнери су почели генерисати садржај унутар и изван односа између дизајнера и клијента критикујући друштво. Тридесет три истакнута графичка дизајнера потписала су реактуелизовани манифест „*First Things First*” из 1964. године под називом „*First Things First Manifesto 2000*“<sup>12</sup>, протестујући због доминације рекламне индустрије над дизајнерском професијом.

У току првих година развоја новог миленијума дизајнери су, унутар растуће пулсирајуће мреже, креирали могућности којима је публика добила овлашћења да производи и критикује представљене садржаје. У данашњем глобално повезаном и умреженом свету, дизајнери попут јапанског Кенија Харе (Kenya Hara), развијају иновативне моделе за друштвено одговорно пројектовање. За Хару, као и за авангарду, одговор лежи у рационалном уму, а не у индивидуалној жељи. Овај нови рационални приступ, међутим, укључује снажну идеолошку потпору окружења у потрази за пословним и дизајнерским моделима који производе „глобалну хармонију и узајамну корист“<sup>13</sup> изван формалних питања на глобални утицај њиховог рада. Главна водиља, више се не препознаје у претходно рестриктивним модерним идеалима неутралне, објективне комуникације, него се поље дизајна проширило тако да укључује више директног критичког ангажмана у околни свет. Резултирајући швајцарски стил пренео се из Европе у Сједињене Америчке Државе, ширећи вредности неутралности, објективности и рационалности изражене кроз чврсто распоређене облике, форме и ограничену типографију.

Дигитална технологија која оснажује колективно ауторство, омогућавајући нову врсту универзалног језика такође инспирише и оштар критички глас унутар дизајнерске заједнице. Дизајнери активно учествују у политичким и културним дешавањима, све више размишљајући глобално унутар чврсто умреженог окружења. Како све већи број дизајнера, уз подршку технологије, производи и облике

11 Steven Heller and Veronique Vienne, *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*, Allsworth Press, New York, 2003.

12 Rick Poyner, “First Things First Manifesto 2000,” *AIGA Journal of Graphic Design* 17, New York, 2/1999, стр. 6–7.

13 Kenya Hara, *Designing Design*, превод. Maggie Kinser Hohle and Yukiko Naito, Baden: Lars Müller, 2007, стр. 429–431.

и садржаје, питања као што су одрживост и социјална правда позиционирају се високо на лествици дизајнерских ангажовања. Преко успешних пословних и естетских пракси дизајнери остварују јаче ефекте на културу коју стварају. Иако се тренутно реконтекстуализује културна критика у дигиталном свету, заснована на дизајну, попут питања ауторства и универзалности, она је ипак укорењена у авангарди.

### 3. СТАТУС КУЛТУРАЛНОГ РАДНИКА/ ДИЗАЈНЕРА У ДИЗАЈНЕРСКИМ ПРАКСАМА

Иако не захтева екстензивно школовање, одликовање у дизајнерској пракси један је од најпроблематичнијих подухвата. Поред потребе за талентом, дизајнер мора да се суочи са енциклопедијским количинама информација, наизглед бескрајним током мишљења и свакодневним проблемом проналажења иновативних идеја, популарно названим *креативност*. Ипак, дизајнерска професија изискује релативно лакши приступ, за разлику од архитектуре и инжењерства, будући да не захтева акредитацију. Не подразумева никакво овлашћење од стране званичних институција, као што су правне или медицинске професије. У модерним пословним праксама, ова чињеница важи и за друге области у пољима маркетинга, истраживања тржишта, а поготовто у пословима које се односе на активности у дигиталним медијима, и на друштвеним платформама.

Многи дизајнери, школовани или самоуки, првенствено су заинтересовани за ствари које добро изгледају и добро функционишу. Главном мисијом сматра се потреба да се визуелне и практичне потребе споје. Оно што дизајнер ради није ограничено на било коју одређену идеју или форму. Графички дизајн обухвата све врсте визуелних комуникација, отелотворујући визуелне идеје. Признање „доброг дизајна“ се остварује кроз практичност и лепоту изражавања идеје квалитета одређеног производа или услуге.

У овом сегменту, неизбежно је осврнути се на питање ауторства у области графичког обликовања. Поред доприноса значајних теоритичара попут Барта (Roland Barthes), Фукоа

(Michel Foucault)<sup>14</sup> и других, који су се бавили питањем статуса и дефиниције аутора, због задатог обима рада, изабрала сам реферирати на ауторе који су се бавили питањима ауторства у домену дизајнерских пракси као посебне области. У обједињеном теоријском есеју “Дизајнер као аутор“, Мајкла Рока (Michael Rock) аутор разматра питање шта заправо значи позвати дизајнера да буде аутор?<sup>15</sup> Покушавајући да примени теорије ауторства из области филма, књижевности, уметности и других сродних дисциплина, на питања ауторства у дизајнерским праксама, Рок сматра да ауторство може понудити нове приступе проблематици процеса дизајна у професији која се традиционално више повезује са комуникацијом, а не са стварањем порука. „Теорије ауторства служе и као легитимирајуће стратегије, а ауторске тежње могу на крају ојачати одређене конзервативне појмове дизајнерске производње и субјективности - идеје које су у супротности са недавним критичним покушајима да се свргне перцепција дизајна на основу индивидуалне бриљантности.“<sup>16</sup>

Значење речи „аутор“, значајно се мењало кроз историју и било је предмет интензивне контроле у последњим деценијама. Најраније дефиниције нису повезане експлицитно са писањем, већ означавају особу која потиче или даје постојање било чему. Испрва, чинило се да су се дизајнери удаљавали од ауторских, научних текстова у којима су откривени визуелни принципи кроз обимна визуелна истраживања према позицији у којој би дизајнер могао да поседује неки ниво власништва над својим радом. Неке од институционалних карактеристика дизајнерске праксе, у сукобу су са покушајима самоизражавања. Идеја о децентрализованој поруци не мора бити добро прихваћена у професионалном односу у којем клијент плаћа дизајнеру да пренесе одређене информације или емоције. Поред тога, већина дизајнерских пракси подразумева колаборативно радно окружење, било у оквиру односа са клијентом или у контексту дизајнерских студија и бироа који користе способности креативних људи, што за резултат има немогућност утврђивања

14    Детаљније у: Roland Barthes, *The Death of the Author*, и Michael Foucault, *What Is an Author?*

15    Michael Rock, *The designer as author*, Internet: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>, 07/02/2019.

16    Исто.

порекла одређене идеје. Техничку стручност може поседовати било који број културалних радника, али то је могуће повезати са стилом рада, чиме се могућности за препознавање аутора само сужавају, али и даље не одговарају на питање статуса дизајнера као аутора. Свеприсутни притисак технологије и електронске комуникације само замагљује могућности мапирања тачних извора идеја. Виктор Марголин (Victor Margolin) у свом есеју „Дизајнер као произвођач“ упућује да „Производи на глобалном тржишту се убрзано мењају због брзог напретка технологије. Дизајнери данас имају могућност да производе и дистрибуирају нове ствари, без обзира да ли су типови фонтова, софтвера или материјалних добара свих врста, на светска тржишта.“<sup>17</sup> Дизајнерске праксе у двадесет првом веку обухватају много веће поље рада него што је то био случај раније. Постоји много техника и алата чиме је драстично убрзан процес креирања препознатљивог визуелног стила и потписа, што раније није било могуће. Елен Луптон (Ellen Lupton) и њен партнер Абот Милер (J. Abbott Miller) готово су самостално конструисали нови критички приступ графичком дизајну, заједно са истраживачком праксом. Пројекат, као што је изложба у центру за визуелне уметности МИТ листе „Купатило, кухиња и естетика отпада“, понудила је нови приступ тумачењу ауторства у дизајнерским професијама. Порука се приказује истовремено путем графичко-визуелних уређаја и текста. Дизајн ове представе покреће питања која су њен садржај, чиме показује да је само-рефлексивна како визуелно тако и вербално. Насупрот томе, каталог изложбе не манифестује исти ниво графичког ауторства. Овим се чини да Луптон и Абот реферирају на познате, функционално одвојене улоге аутора и дизајнера.<sup>18</sup>

Ако би дизајнери требали да теже отвореним читањима и слободним текстуалним тумачењима, ту тежњу би ометале опозиционе теорије ауторства. Фуко је напоменуо да фигура аутора није посебно ослобађајућа: аутор као извор, ауторитет и крајњи власник текста штити од слободне воље читаоца. Преношење ауторитета текста на аутора садржи и категоризује

17 Victor Margolin, *The Designer As Producer*, Интернет: [http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer\\_as\\_producer.pdf](http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer_as_producer.pdf), 02/02/2019.

18 Ellen Lupton, J. Abbott Miller, *The bathroom the kitchen, and the aesthetics of waste: a process of elimination*, Studley Press, Dalton, 1992, стр.17-71

рад, сужавајући могућности интерпретације. Лик аутора поново потврђује традиционалну идеју креатора генија, статус креатора уоквирује рад и прожима га митском вредношћу.<sup>19</sup> Различити начини и могућности, које тумаче дизајнера као аутора, врло су сложени и збуњујући, као и сам начин на који су дизајнери користили тај израз и вредност која му је приписана.

Хронолошки гледано задатак дизајнера био је једноставнији него што је данас, а одговорност дизајнера било је лакше дефинисати. Креирање декоративних елемената или давање облика одређеним производима, био је примарни задатак. Сходно томе, дискурс дизајна кретао се у домену визуелне форме, а затим и механичке функције.<sup>20</sup> Суочени са све већом комплексношћу производних система производа и услуга, дизајнери морају посвећеније размишљати о будућности и њиховој улози у стварању садашњости. Неопходни су им системи раног дететковања како би упозорили на друштвене трендове који би могли утицати на то што обликују, што захтева интелектуалне алате да размисле о значају тих трендова и њиховим етичким импликацијама. Будућност с којом се суочавамо дубоко имплицира дизајнере који раде у многим различитим професионалним областима. Вештине дизајнерске праксе производе систем производа и услуга у којима живимо. У оној мери у којој ова област не појачава и афирмише људски потенцијал и благостање, дизајнери се сматрају делимично одговорним.

## ЛИТЕРАТУРА

Armstrong Helen, *Graphic design theory: readings from the field*, Princeton Architectural Press, New York, 2009.

Drucker Johanna, *The Visible Word: Experimental Typography and Modern Art, 1909–1923*, University of Chicago Press, Chicago, 1994

19 Michel Foucault, *Што је аутор?*, Наклада и Јесенски Турок, Загреб, 2015, стр. 35-76

20 Victor Margolin, *Design, the Future and the Human Spirit*, MIT Press Journals, Design Issues: Volume 23, Number 3 Summer 2007, стр. 14-15.

- Foucault Michel, *Што је аутор?*, Наклада и Јесенски Турук, Зареб, 2015.
- Hara Kenya, *Designing Design*, превод. Maggie Kinser Hohle and Yukiko Naito, Baden: Lars Müller, 2007.
- Heller Steven and Veronique Vienne, *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*, Allsworth Press, New York.
- Lupton Ellen, J. Abbott Miller, *The bathroom the kitchen, and the aesthetics of waste: a process of elimination*, Studley Press, Dalton, 1992
- Lupton Ellen and J. Abbott Miller, eds., *The ABC's of Triangle Square Circle: The Bauhaus and Design Theory*, Princeton Architectural Press, New York, 2000.
- Margolin Victor, *The Struggle for Utopia: Rodchenko, Lissitzky, Moholy-Nagy, 1917-1946*, University of Chicago Press, Chicago, 1997.
- Margolin Victor, *Design, the Future and the Human Spirit*, MIT Press Journals, Design Issues: Volume 23, Number 3 Summer, 2007.
- Margolin Victor, *The Designer As Producer*, Internet: [http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer\\_as\\_producer.pdf](http://kellyludwig.com/kcai-embeds/va3-designer_as_producer.pdf), 02/02/2019.
- Manovich Lev, *Import/Export: Design Workflow and Contemporary Aesthetics*, Internet: <http://manovich.net/index.php/projects/import-export>, 05/02/2019.
- Moholy-Nagy László, *"Typophoto," in Painting, Photography, Film*, MIT Press, Cambridge, 1973.
- Poynor Rick, "First Things First Manifesto 2000," *AIGA Journal of Graphic Design* 17, New York 17, 2/1999
- Rock Michael, *The designer as author*, Internet: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/the-designer-as-author>, 07/02/2019.

Danica Glodović

MEASUREMENT OF PARADIGM AND  
GRAPHIC DESIGN STATUS IN TWENTY  
AND TWENTY FIRST CENTRY

---

Resume

---

In this paper, the author explores the changing of the graphic design paradigm from the beginning of the twentieth century to the present days, as well as the transformation of design practices from traditional to digital media. Considering the fact that the topic of this paper relocation of the status of graphic design in the research process, when considering the proposed topic, a set of theoretical epistemological techniques will be applied which implies diverse interdisciplinary and transdisciplinary methods. To highlight and problematize the key areas of graphic design theory, a transparent technique will map and present the opus of areas and current visual culture theory that covers the proposed topic, according to the given criteria proposed by this paper. Criteria for mapping and critical analysis will rely on contemporary graphic design theories as well as societies as end users of designed products and services.

Graphic design can't be interpreted only as one of the aesthetic concepts, actions or products, but it is a kind of political phenomenon. The design is, both aesthetic design and authentic political design of the sign and material world. It shapes the everyday lives of people, and is widely incorporated into the mechanism of governing the social space, as well as life in general in the urban area and over the bodies occupying that space. In modern times, through technology support, as well as transdisciplinary approach through the convergence of various busi-

ness and social practices, graphic design provides some new features, which certainly alters the goals and achievements of this field. It can be said that the role of graphic design is to produce subjectivity at the micro level, and at the macro level it establishes physical and virtual fences of management, control and movement. The real world is no longer visible, because what the subject sees and knows about the real world is what the characters say. In this work, the author also includes the authorship problems in relation to designer practices. With this research, the author wants to map the cursor points in the change of the paradigm of graphic design, and to present the readers with the way of developing the design practices that we know today.

**Keywords:** Graphic design, Bauhaus, digital media, transdisciplinarity, visual culture, representation

---

---

\* Овај рад је примљен 14.05.2019. године, а прихваћен за објављивање 22.07.2019. године.