

Оглавление

Введение	5
Часть 1. Дизайн	7
1.1. Общие сведения о дизайне	8
1.2. Коммуникативные средства графического дизайна	22
1.2.1. Уникальная и печатная графика	22
1.2.2. Инженерная графика	25
1.2.3. Инфографика	26
1.2.4. Фотографика – «графика светописи»	30
1.2.5. Декоративно-оформительская графика – визуальный аккомпанемент текста.....	32
1.2.6. Типографика и типометрия	35
Часть 2. Дизайн и реклама	41
2.1. Краткие сведения о рекламе	42
2.2. Панорама печатной рекламы	49
2.3. Ретроспектива печатной периодики. Реклама и пресса	63
2.4. Дизайн наружной рекламы.....	83
2.5. Стайлинг и брендинг транспортных средств.....	98
2.6. Телевизионная реклама	111
2.7. Реклама в Интернете	127
Часть 3. Информационные технологии в дизайне и рекламе	143
3.1. Общее понятие технологии	144
3.2. Аппаратное обеспечение компьютерных систем.....	157
3.3. Программное обеспечение компьютерных систем.....	167
3.4. Информационная технология и компьютерная графика	181
Часть 4. Практикум графического дизайна	195
4.1. Восстановление старых фотографий	196
4.2. Колоризация черно-белых фотографий	204
4.3. Компьютерный монтаж	214
4.4. Создание анаглифических изображений.....	221
4.5. Стилизация и постеризация цифровых фотографий	229
4.5.1. Карандашный рисунок	229
4.5.2. Применение плакатного стиля к фотографии: постеризация и стилизация.....	234
4.6. GIF-анимация в Adobe Photoshop	241
4.7. Динамическая инфографика в PowerPoint.....	250
4.8. Моушн-дизайн в Adobe After Effects	261
4.9. Проектирование в Adobe Illustrator	270

4.10. Проектирование в Corel Draw	283
4.10.1. Проектирование логотипа.....	283
4.10.2. Векторизация растрового изображения	290
4.10.3. Создание штрих-кода товара.....	294
4.10.4. Разработка дизайна упаковки энергосберегающей лампочки	297
4.10.5. Создание трехмерной модели упаковки.....	304
Литература.....	307

Введение

Предлагаемая вниманию читателей книга «Дизайн и реклама: от теории к практике» является итогом многолетнего преподавания дисциплин вузовского компонента «Информационные технологии в дизайне», «Информационные технологии в рекламе», «Компьютерная графика и анимация», «Инженерная графика и интегрированные САПР», «Дизайн-проектирование», «Технологии мультимедиа» и других учебных предметов, находящихся с ними в близкой связи. Книга содержит разделы, предусмотренные Государственным образовательным стандартом, программами перечисленных дисциплин и включает в себя материалы как теоретического, так и практического характера. В связи с обширной тематикой, книга может рассматриваться не только в качестве учебного пособия по указанным дисциплинам, но и как самостоятельное издание, посвященное основным направлениям дизайна и рекламы.

Сегодня без дизайна – начального этапа создания материального или интеллектуального продукта, не может существовать ни одна из сфер общественной жизни. Любые проекты, создаваемые для экономической, политической, социальной, духовной сферы, обычно требуют информационной, агитационной, пропагандистской и рекламной поддержки, реализуемой с использованием средств массовой информации. В этом смысле графическому дизайну, находящемуся на границе искусства, науки, технических средств и методов визуальной коммуникации, принадлежит особая роль, наиболее ярко проявляющаяся в условиях наступления нового информационного века.

Автор убежден, что в процессе изучения основ графического дизайна, будущие специалисты должны не только усвоить теоретический материал, но и выработать соответствующие практические навыки и умения. Без этого полученные знания будут бесполезными. Особенно ярко это проявляется в условиях широкого проникновения компьютерных технологий в графический дизайн.

В этой связи в книгу, кроме теоретического и описательного материала, включена объемная практическая часть, которая содержит десять разделов, предназначенных для самостоятельной проработки читателем, желающим освоить основы компьютерной графики. В каждом разделе читателю предлагается подготовить визуальный продукт, являющийся типичным для применения в различных областях графического дизайна и рекламы. Решение практических задач сопровождается многочисленными примерами, иллюстративными материалами и пошаговыми инструкциями с необходимыми теоретическими «вкраплениями», учитывающими нарастание сложности учебного материала. Результаты выполнения учебных заданий могут составлять творческое портфолио читателя и учитываться при его аттестации на зачете, экзамене или участии в конкурсе студенческих работ.

Тематика книги обширна и может быть рекомендована студентам экономических, управленческих и других вузов, где преподаются дисциплины, соответствующие содержанию излагаемого материала. Она, кроме того, может принести пользу

молодым преподавателям, испытывающим трудности при подготовке заданий для практических занятий. Отдельные разделы книги могут быть использованы в рамках повышения квалификации менеджеров управления, осуществляющих деятельность в дизайн-бюро, рекламных агентствах, издательствах, других учреждениях, связанных с подготовкой графических материалов для сферы информационных услуг и средств массовой информации. Материал книги также может быть полезен дизайнерам-фрилансерам, получившим творческое образование, но не обладающим соответствующей подготовкой в области современной компьютерной технологии, или, наоборот, специалистам в области IT-технологий, желающим повысить квалификацию в области графического дизайна.

Часть 1



Дизайн

1.1. Общие сведения о дизайне

определение, этапы развития, основные направления...

Прежде чем ответить на вопрос «Что такое дизайн?», сначала следует договориться о терминах. Если заглянуть в англо-русский словарь, там можно найти множество переводов этого слова: замысел, план, намерение, цель, тайно вынашиваемый план, умысел, интрига, чертеж, эскиз, набросок, рисунок, узор, модель, шаблон, композиция. Для современного дизайна подходят, пожалуй, все определения, за исключением тех, которые связаны со злым умыслом, интригой или другими негативными планами и намерениями.

Обычно английским словом «дизайн» (англ. *design*) обозначают различные виды проектной деятельности, направленной на формирование предметной и информационной среды, наиболее полно удовлетворяющей материальные и духовные потребности человека.

Сущность дизайна, как деятельности, предшествующей процессу промышленного производства, заключается в нахождении диалектической связи между формой и структурой проектируемого объекта, последующее овеществление которого позволило бы занять ему достойное место в системе «изделие – человек – среда». От практики массового изготовления промышленных изделий дизайн отличается уникальностью своего результата, который воплощается в виде нематериального, интеллектуального продукта: проекта, плана, чертежа, эскиза, технического рисунка.

Теоретической и методологической базой дизайна является техническая эстетика – наука, изучающая общественную природу и закономерности развития дизайна, основополагающие принципы и методы художественного проектирования, проблемы профессионального творчества и мастерства художника-прикладника. Техническая эстетика рассматривает широкий круг проблем, связанных с социальными, экономическими, эргономическими, техническими и эстетическими аспектами развития дизайна.

В недавнем прошлом для обозначения дизайнерской деятельности в русском языке использовался термин «художественное проектирование», обозначающий не только процесс разработки новых промышленных изделий, но и творческую деятельность по созданию всего «вещного окружения» человека, обладающего высокой эстетической и потребительской ценностью. Сегодня специалистов, занимающихся художественным проектированием, принято называть дизайнерами.

Определить точку отсчета, когда возникло такое явление, как «дизайн», достаточно сложно. Можно отметить лишь ключевые моменты.

Даже в незапамятные времена древние мастера-умельцы старались окружать себя красивыми и удобными вещами – изделиями ручной работы. В процессе поиска наилучшего варианта своих поделок они иногда создавали такие образцы,

которые на протяжении многих веков передавались из поколения в поколение. Часто ремесленники даже не могли объяснить, чем они руководствовались в своей работе: все определялось лишь традициями и врожденным стремлением мастера к красоте и пользе. В результате многовекового кустарного производства сложилось представление о свойствах предметной среды, в окружении которой должен пребывать человек. Она должна быть привлекательной не только в смысле «красы», но и «благоустроенности».

Истоки «стихийного протодизайна» можно найти далеко в средневековье. Тогда искусство представляло собой единое целое и не разделялось на «чистое» и «прикладное». В то время художник занимался не только живописью, но часто принимал участие в создании машин и механизмов, строительстве архитектурных и фортификационных сооружений, изобретении военной техники. Хотя его общественный статус был весьма высоким, все же он считался таким же ремесленником, как обувщик или пекарь. Архитекторы и скульпторы, например, входили в цех каменщиков, а живописцы – в цех аптекарей, поскольку умели растирать и смешивать краски.

Среди мастеров прежних лет особенно выделяется Леонардо да Винчи. Он был мыслителем, художником, инженером, конструктором-экспериментатором. Работал он так же, как современный дизайнер: сначала делал черновые наброски проекта, затем – тщательно прорабатывал детали «в материале», после чего приступал к построению действующей модели. Завершался творческий процесс проверкой технического решения на практике. Без этого «Великий Флорентиец» не мыслил дальнейшего совершенствования созданных им устройств и механизмов.

В течение многих веков художники, независимо от профиля деятельности, работали по принципу «от предварительного замысла – к его воплощению в материале». В целом это соответствовало крылатому выражению, бытовавшему еще во времена Древнего Рима: «Prius quam incipias, consulto opus est» – «Прежде чем начать, обдумай». Русские мастеровые руководствовались своей поговоркой: «Семь раз отмерь, один раз отрежь».

Ранние годы дизайна совпадают со временем промышленной революции XVIII–XIX веков, когда новый машинный способ производства заменил собой старый – кустарный, ремесленный. Наступление машинного способа производства потребовало новой технологии создания массовой продукции. Возникла настоятельная необходимость в предварительном проектировании промышленных изделий, являющемся исходным и обязательным этапом их создания.

Проектирование, как и любая другая творческая деятельность, неизбежно несет в себе эстетическое начало, поэтому *homo creator* – человек-творец, всегда стремился создавать что-то новое не только по законам пользы, но и по законам красоты. Поэтому нет ничего удивительного, что в XIX веке появились инженеры, архитекторы, художники-прикладники, пытающиеся внести эстетическое начало в форму будущих промышленных изделий.

Датой создания первого сообщества дизайнеров можно считать 1836 год, когда в Англии учредили «Общество поощрения искусства мануфактуры и коммерции». В 1849 году вышел в свет «Journal of design» – первое печатное издание, в названии которого фигурировало слово «дизайн». В повседневный лексикон ху-

дожников вошли понятия «промышленное искусство» и «прикладное искусство». Значительным шагом в развитии практики и теории дизайнерской деятельности явилось образование в Германии в 1919 году Высшей Школы Художественного Конструирования и Индустриального Строительства – Баухауза. Опираясь на понимание любой системы как целостности образующих ее элементов, теории и практики Баухауза выдвинули на первый план принцип единства формы и функции.

Особенно бурное развитие дизайн получил после мирового экономического кризиса 1920–1930-х годов, когда стали пользоваться спросом одновременно и практичные, и красивые вещи. К середине прошлого века методы художественного конструирования проникли в автомобильную промышленность, машиностроение, производство бытовой техники, а затем и в другие сферы промышленного производства.

Россия начала XX века характеризуется становлением так называемого «производственного искусства». «Производственники» хотели соединить искусство с обычным ремеслом и вплести его в ткань повседневной жизни. С этим движением связаны попытки обновить производство мебели, текстиля, одежды, полиграфии и пр.

В 1921 году в Москве открылось учебное заведение ВХУТЕМАС (Высшие художественно-технические мастерские) – Alma Mater советского дизайна, воспитавшая крупную плеяду нового поколения художников-полиграфистов, архитекторов, металлообработчиков, керамистов, театральных декораторов, деревообделочников, скульпторов-монументалистов. Основание ВХУТЕМАС и созданного на его основе Высшего художественно-технического института – ВХУТЕИИ, по мнению историков современного искусства, можно расценивать как крупнейшее событие в отечественной художественной школе, по своей роли сравнимое с основанием Баухауза. Эти учебные заведения внесли огромный вклад в становление промышленного и графического дизайна.

В 1962 году в СССР был создан Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ) – центр промышленного проектирования и экспертизы, внесший весомый вклад в художественное конструирование объектов массового промышленного производства. Вслед за ВНИИТЭ были организованы специальные художественно-конструкторские бюро, группы, отделы и лаборатории в профильных предприятиях, проектных и исследовательских институтах.

В Советском Союзе сформировались две основные школы дизайна: художественная и эстетико-технологическая. Первая сконцентрировалась на внешней красоте предметов, вторая – на технологичности производства промышленных изделий, удобстве их использования. Отечественные дизайнеры создали уникальные образцы промышленных изделий, однако сложившиеся в то время социально-экономические условия не могли обеспечить полноценного развития указанных направлений дизайна.

После 1990 года в России происходит постепенное понимание экономической, социальной и эстетической роли дизайна. Сегодня он стал восприниматься как «нулевая фаза» создания любого продукта, от которой зависит, какими потребительскими и эстетическими свойствами должны обладать промышленные изделия, запущенные в массовое производство.

В области проектирования «второй природы»¹ – «вещного окружения», созданного руками человека, работают многие специалисты: художники-конструкторы машин и механизмов, проектировщики зданий и инженерных сооружений, разработчики производственной и бытовой техники, проектировщики интерьера, мебели, создатели моделей одежды, обуви, работники аналогичных творческих профессий. Всех этих специалистов сейчас принято называть дизайнерами-конструкторами, дизайнерами-проектировщиками, дизайнерами-колористами, дизайнерами-визажистами, дизайнерами причесок, дизайнерами-модельерами, ландшафтными дизайнерами, дизайнерами интерьера, дизайнерами-стилистами и т. п. Особый интерес вызывает поле деятельности дизайнеров-рекламистов, которое, при ближайшем рассмотрении, тесно связано со всеми перечисленными областями.

Сфера дизайна широка. Об этом свидетельствует перечень его основных направлений:

- промышленный дизайн (художественное конструирование) – конвейерно-поточковый дизайн промышленных изделий;
- дизайн средового окружения человека;
- дизайн облика человека;
- эко-дизайн (дизайн интерьера, ландшафтный и световой дизайн окружающей среды);
- графический дизайн – дизайн информационного окружения человека.

Промышленный дизайн (промдизайн, предметный дизайн, индустриальный дизайн) – область художественно-проектной деятельности, целью которой является проектирование предметного наполнения среды обитания человека, создаваемого методами индустриального производства. Цель промышленного дизайна – создать проекты промышленных изделий, успех которых был бы гарантирован до того, как они сошли с конвейеров фабрик и заводов.

Дизайн промышленной продукции – это методы эскизирования, моделирования и конструирования, в ходе которых новые изделия приобретают качества, особенно важные для человека. Это и красота, и целесообразность, и экономичность, и функциональность, и физиологическое и психологическое удобство пользования, и четкая социальная ориентация. В промышленном дизайне воедино слились два направления творческих поисков, которые можно выразить в виде краткой и ёмкой формулы: «от функции к форме и от формы к функции» [13].

В основу современной практики дизайна положена такая система взглядов на проектирование и обновление окружающей человека «вещной» среды, которая в дальнейшем, по мнению футурологов, будет выступать в качестве всеобщего метода организации мира, включая решение самых сложных проблем.

Промышленный дизайн охватывает проектирование широкого круга изделий – от домашней утвари, до высокотехнологичных, наукоёмких устройств,

¹ Напомним, что к «первой природе» относится атмосфера, гидросфера и литосфера – то, что существовало на нашей планете до появления первого *homo sapiens* – человека разумного. «Вторая природа» – техносфера, была создана стараниями человека в процессе его трудовой деятельности. Можно назвать и другие сферы, в окружении которых находится наша планета: биосфера, антропосфера, ноосфера, инфосфера, медиасфера и рекламная сфера, которая объединяет три последние нематериальные оболочки нашей планеты. В этом смысле современного человека можно назвать *homo advertising* – человек, живущий в окружении рекламной информации.

машин, механизмов. Все эти изделия, начиная от простой кухонной кофемолки, заканчивая новейшим авиалайнером, должны быть не только функциональными и эргономичными, но и «рекламоспособными», поскольку они являются носителями торговых марок производителей.

Дизайн средового окружения человека непосредственно связан с понятием предметной среды. Предметная среда – это совокупность вещей, элементов оборудования и декоративного убранства всего окружающего человека пространства, состоящего из отдельных предметов, устройств и их комплексов. Предметная среда решает такие задачи, как, например, организация процессов жизнедеятельности человека, повышения комфортности среды, улучшения эмоционально-психологического климата и т. п., и составляет важнейшую часть визуальной среды любого средового образования. В поле зрения дизайнера средового окружения находится обустройство городской среды с целью сделать ее более удобной, приспособленной к потребностям человека. Например, если реклама на городских улицах становится слишком навязчивой и загромождает визуальную городскую среду, то это повод для того, чтобы дизайнер задумался о её оптимизации.

Дизайн облика человека непосредственно связан с его имиджем и включает в себя дизайн одежды, обуви, дизайн аксессуаров, дизайн прически, визаж и макияж, маникюр, татуаж, пирсинг. Эти направления выполняют функцию самоидентификации и самопрезентации человека – демонстративного предъявления окружающим своего отличия от других. Именно эти функции воплощаются, например, в виде показа модной одежды «от кутюр», «пред-апорте» и пр.

Дизайн одежды – направление дизайна, целью которого является проектирование одежды, удовлетворяющей как материальные, так и духовные потребности человека. Благодаря дизайнерам существуют сотни тысяч моделей платьев, костюмов, комбинезонов, джинсов, свитеров, пуловеров, кардиганов и пр. На этом список одежды, к которой прикоснулись руки дизайнера-модельера, далеко не заканчивается.

Дизайн обуви – это «искусство, воплощенное в утилитарном виде». Именно дизайнеры обуви придумали конструкции таких видов обуви как «шпильки», «танкетки», «лодочки», «ботфорты», «ботильоны», «лабутены», «бутсы», «кроссовки» и др.

Дизайн аксессуаров – это художественно-конструкторская деятельность по созданию предметов, сопутствующих повседневной деятельности человека. Истоком термина «аксессуар» является латинское слово *accessorius* – «добавочный». Область дизайна аксессуаров поражает своей безграничностью. Деловой аксессуар – часть имиджа делового человека, им может быть ежедневник, органайзер, перьевая ручка, смартфон и др. В театре аксессуары – это предметы бутафории или реквизита. В изобразительном искусстве – второстепенные, вспомогательные детали изображения. В помещениях – это вещи, гармонизирующие интерьер, например, шторы, ковры, люстры и др. В моде аксессуар – это предмет, используемый для дополнения внешнего вида или стиля человека. В одежде к аксессуарам принято относить бижутерию, шарфы, головные уборы, перчатки, сумки, галстуки, кошельки, брелоки и др. В дизайне аксессуаров четко

проявляется рекламная функция, часто аксессуар специально создается как носитель бренд-нейма.

Дизайн прически имеет ярко выраженный социальный аспект. Известно, что *homo sapiens* – человек разумный, стал уделять внимание прическе еще в V–VI веках до н.э., и во все дальнейшие времена ухоженные волосы подчёркивали статус и авторитет человека. Следует отметить, что полное и демонстративное отсутствие прически также свидетельствует о характере и образе жизни человека.

Макияж – (франц. *maquillage* – искажение, подделка, имитация) – искусство подкрашивания лица ради создания определенного образа, согласно моде своего времени. С помощью макияжа производится моделирование, коррекция формы и цвета лица. В макияже с помощью применения косметических средств всегда ставилась цель подчеркнуть привлекательные черты внешности человека. Это всегда повышало его социальный статус.

Визаж (франц. *visage* – лицо, выражение лица) – это согласованное сочетание макияжа, прически и всего облика человека. Визаж, в отличие от макияжа, способен более тонко подчеркивать черты лица, или, наоборот, скрывать некоторые его недостатки, в целом гармонизируя их с фигурой и даже поведением человека. Визаж – это творческий, художественный макияж.

Маникюр – это искусство, поставленное на службу человеку, предназначенное для украшения ногтей. Профессионал-дизайнер, в совершенстве владеющий искусством маникюра, может превратить ногти человека в уникальное произведение декоративно-прикладного искусства. Маникюр не способен кардинально изменить облик человека, но он может привнести элементы свежести и разнообразия в повседневную жизнь каждой женщины. Маникюр подразделяется на три большие группы: объемный дизайн ногтей, художественная роспись и аквариумный дизайн ногтей.

Татуаж – это долговременный, не стирающийся перманентный макияж, который держится от полугода до пяти лет. Суть татуажа заключается в том, что с помощью тонких иглолок и электрического аппарата под кожу вводятся безвредные красящие вещества для того, чтобы подчеркнуть форму бровей, обвести контур губ, визуально увеличить длину ресниц. С помощью перманентного макияжа можно сэкономить массу времени и забыть о декоративной косметике, губной помаде, туши для ресниц, а после того, как перманентный макияж сойдет, можно все повторить сначала.

Пирсинг (англ. *piercing* – «прокол»), одно из направлений дизайна облика человека (боди-арта). Пирсинг – это древнее искусство, которое с давних времен являлось частью ритуалов и традиций многих народов мира. Так же как и татуаж, пирсинг символизирует принадлежность человека к определенной касте или слою общества. В настоящее время пирсинг пользуется популярностью у молодежи, являясь данью той области моды, которая начала стремительно развиваться с 90-х годов прошлого века. Существуют различные варианты пирсинга: пирсинг бровей, носа, ушей, щек, пирсинг в области рта, живота и др.

Эко-дизайн включает в себя дизайн интерьера, ландшафтный и световой дизайн окружающей среды. Эко-дизайн – это «зелёный» дизайн, он нацелен как на положительное отношение к природным ресурсам, так и на их целесообразное использование.

Дизайн интерьера – одно из направлений дизайна пространственной среды, связанное с оформлением внутреннего убранства жилища, созданием удобной и эстетичной обстановки жилых и производственных помещений. Дизайн интерьера включает в себя фито-дизайн и аква-дизайн. Первый представляет собой декорирование офисов, домов и квартир с помощью цветов или цветочных композиций. Второй связан с облагораживанием интерьеров водными источниками, фонтанами, водоемами, аквариумами и др.

Ландшафтный дизайн подразумевает создание искусственной среды для жизни человека с использованием природных и искусственных компонентов – растений, рельефа, воды. Многие дачники – энтузиасты ландшафтного дизайна, изменяют рельеф своих участков до неузнаваемости с помощью рукотворных горок, прудов, извилистых дорожек и т. п.

Световой дизайн (англ. *lighting design*) представляет собой направление дизайна, связанное с освещением и световым оформлением зон отдыха, парков, общественных зон, архитектурных форм. В последнее время особое внимание дизайнеры стали уделять снижению факторов светового загрязнения окружающей среды, иногда называемого световым смогом. Праздничные иллюминации, фейерверки, грандиозные светомузыкальные представления, ставшие столь популярными в последнее время, вносят значительную лепту в это негативное явление, нарушающее экологическое равновесие в крупных городах нашей планеты.

Требование практической полезности и высоких эстетических показателей относится не только к окружающей человека предметной среде, но и к окружающему его информационному пространству. Это направление носит название графического дизайна.

Графический дизайн представляет собой специфическую область дизайна, направленную на создание различного рода сообщений, воспринимаемых органами зрения человека и распространяемых с помощью средств массовой коммуникации². Эта отрасль художественно-проектной деятельности сравнительно молода, официальной датой ее рождения принято считать 1964 год, когда состоялся Первый конгресс Международного общества организаций графического дизайна ICOGRADA (англ. *International Council of Graphic Designers Associations*).

Графический дизайн – уникальный вид творческой деятельности XXI века, который вторгается практически во все сферы общественной, политической, духовной жизни человека. С наступлением эпохи всеобщей информатизации и

² Напомним, что массовая коммуникация – это вид человеческого общения, или иначе – информационного взаимодействия, осуществляемого посредством систематического распространения различных сообщений с помощью печати, кино, телевидения, компьютерной техники, глобальной информационной сети, электронных средств отображения информации. Цель массовой коммуникации – оказание экономических, политических, идеологических и других воздействий на оценки, мнения и поведение людей.

компьютеризации графический дизайн превратился в высокотехнологичное межотраслевое направление создания информационного продукта, опирающееся на творческий процесс предварительной проработки его структуры и формы.

Графический дизайн отличается от «предметного» конструирования тем, что он связан с художественным проектированием не «мира вещей», а мира информации. Современный дизайнер-график – это специалист творческой профессии, который не только владеет методами информационного проектирования, но и является истинным художником, смело использующим средства изобразительного искусства в своей работе. Нередко новаторские произведения графического дизайна называют графическими креативами (от англ. *to create* – создавать, творить), а их авторам принадлежат такие же права, как и создателям произведений искусства, науки, литературы. Работы лучших дизайнеров-графиков, имея ярко выраженный информационный характер, в то же время обладают несомненной эстетической ценностью и достойны самой высокой искусствоведческой оценки. По сути дела, графический дизайн является самостоятельным направлением созидательной деятельности человека нового XXI века, в том числе и в области современного прикладного искусства.

Сегодня графический дизайн широко используется в издательской деятельности и печати, кино, телевидении, Интернете, рекламе, сфере публичных отношений³, других областях массовой информации. Нередко его называют информационным дизайном.

Информационный дизайн – одна из наиболее активно развивающихся областей дизайна, которая осуществляется на основе функциональных возможностей представления информации, психологических критериев восприятия информации человеком, эстетики визуальных форм и др. Информационный дизайн – это, прежде всего, конструирование и эффективная подача информации. Главная его задача – донести до пользователя необходимые сведения в удобном для восприятия виде.

Изначально термин «информационный дизайн» использовался как синоним графического дизайна и связывался с проектированием относительно простых способов предъявления информации, тиражируемой с помощью полиграфии или же отображаемой на экранах средств телекоммуникации. В последнее время область информационного дизайна все больше расширяется в сторону художественного проектирования сложных закономерностей, процессов, тенденций, связей между различными явлениями окружающего мира безотносительно к техническим средствам отображения информации.

Довольно часто в качестве отдельной сферы информационного дизайна стала выступать инфографика – та его область, которая сосредоточена на визуализации понятий, суждений, умозаключений в виде схем, диаграмм, графиков и других форм отображения количественной информации. Примеры информационного дизайна можно часто увидеть в аналитических, новостных телевизионных передачах и интернет-сайтах. Каждая популярная телепередача или Интернет-издание в первую очередь заботится о легкости в подаче информации, не забывая при этом

³ Термин «публичных отношений» (англ. *public relations* – публичные отношения, связи с общественностью, сокращённо – «пиар»), обычно трактуют как деятельность коммерческих, государственных, партийно-политических организаций, направленную на достижение взаимопонимания с общественностью.

о том, что любому тексту должно сопутствовать его определенное графическое воплощение.

В связи с разнообразием объектов графического дизайна сегодня в наш лексикон вошел обобщенный термин – визуальное сообщение, представляющее собой результат преобразования в зрительно воспринимаемую форму сведений о том или ином объекте, предмете, процессе. Визуальное сообщение – это часть визуального языка, основанного на тексте, графике, анимации, выступающих в роли средств межличностного и массового общения.

Подготовка визуальных сообщений методами графического дизайна производится с помощью графических образов, на основе которых вырабатываются представления об отображаемом объекте реального мира. Графические образы, скомпонованные в единое целое, должны подталкивать адресата к тем умозаключениям, которые нужны создателю визуального сообщения.

Таким образом, дизайнер-график – это «визуальный интерпретатор», переводчик информации на язык, понятный миллионам людей. С помощью образных знаков он доносит до зрителя практически любые сведения, не прибегая к длительным словесным объяснениям.

Реклама – традиционная область графического дизайна. Результаты творческого труда дизайнера-рекламиста могут воплощаться в самом разном виде. Это печатная продукция – листовки, рекламные объявления, плакаты, буклеты, визитные карточки и т. п. Ряд рекламных дизайнеров специализируется в области создания марок, этикеток, ярлыков, других видов малоформатной печатной продукции, наклеиваемых на тару и упаковку промышленных и продовольственных товаров. Огромное внимание дизайнеры уделяют рекламной прессе – проиллюстрированным и сверстанным полосам журналов, газет, других периодических печатных изданий. Сюда входят и разнообразные книжные издания. Значительным направлением дизайна является работа по информационному обеспечению средств уличной рекламы, информационных табло, управляемых световых экранов и т. п. Все эти рекламные установки мы часто встречаем на улицах и площадях наших городов, по которым, к тому же, перемещаются потоки брендированного общественного и личного транспорта. Бурно развивается кино- и теледизайн (моушн-дизайн), связанный с созданием заставок, концовок, титров кинофильмов, телепередач, видеопрограмм, электронных TV-объявлений и т. п. Новое и бурно развивающееся направление – веб-дизайн.

Если коммерческая реклама – это сообщения, имеющие цель убедить потребителя купить товар, воспользоваться услугой, придать известность фирме и т. п., то агитация и пропаганда, являющиеся формами социально-политической рекламы, направлены на привлечение общественности на свою сторону и навязывание общественному мнению единственно правильной, по мнению пропагандиста, точки зрения. Коммерческая реклама во многом отличается от агитации и пропаганды, однако то, что их объединяет – это графический дизайн и средства, которыми они воплощаются.

Несмотря на отличия объектов графического дизайна друг от друга, все они предназначены для обеспечения так называемой коммуникативной функции – функции общения в самом широком смысле этого слова, реализуемой посредством наглядных образов.

Специфика творчества дизайнера-графика заключается в том, что он должен не только сообщить зрителям конкретную информацию о товаре, услуге, общественно-политической идее и т. п., но и соответствующим образом преподнести её. Поэтому дизайнер – это и проектировщик, умеющий выбирать средства, необходимые для успешного решения той или иной рекламно-пропагандистской задачи, и маркетолог, который легко ориентируется в рынке информации и хорошо представляет, кто может быть её потенциальным потребителем, и психолог, знающий законы зрительного восприятия. Он всегда должен стремиться к максимальной информативности изобразительного решения, к его «визуальной красноречивости». Качество и действенность такого решения определяется многими критериями, с помощью которых выясняется, насколько хорошо соотносятся текст и изображение, оценивается точность и новизна информации, просчитывается получаемая польза – от экономической, до политической или нравственной. Таким образом, для практики рекламного дизайна характерно стремление преодолеть разрыв между научно-обоснованным подходом к решению поставленной информационной задачи и интуитивным, эмоциональным творческим процессом.

Дать профессиональный портрет специалиста, работающего в сфере графического дизайна, достаточно сложно. Сегодня эта область искусства, науки и производства конечного информационного продукта объединила художников промышленной графики, оформителей книжной продукции, создателей печатной и электронной рекламы, работников агитационно-оформительского искусства и др. В их рядах находятся фотохудожники, полиграфисты, проектировщики-архитекторы, журналисты, в совершенстве владеющие словом, способные кратко описать и соответствующим образом преподнести то или иное событие. Здесь же можно увидеть представителей кинематографической школы, занимающихся комбинированными съемками, специалистов компьютерной графики и средств отображения информации. Сегодня в сфере графического дизайна складывается примерно такая же ситуация, которая в XV веке наблюдалась в цехе гравюров. Там была принята особая система обозначений, отражающая личное участие того или иного мастера в создании художественного произведения: *invenit* – «создал композицию», *fecit* – «исполнил», *penxit* – «написал картину, с которой выполнена гравюра», *sculpcit* – «вырезал», *excudit* – «издал». Аналогично этой системе дизайнеры-креаторы создают визуальное решение поставленной задачи, арт-дизайнеры – исполняют её в той или иной области графической техники, копирайтеры⁴ – подготавливают контент веб-сайтов, разрабатывают рекламные тексты, лозунги, призывы, слоганы и т. п.

Со времен Иоганна Гутенберга издание печатной продукции является весьма значимым направлением графического дизайна. Печать – это одно из важнейших средств массовой информации, которое во многом формирует не только общественное мнение и поведение людей, но и эстетические вкусы каждого отдельно взятого человека. Процесс создания печатной продукции связан с необ-

⁴ Копирайтеры, – как правило, журналисты. Они разрабатывают рекламные тексты, рассказывают о происшедших событиях, пишут заказные статьи, очерки, заметки, имеющие общественное значение и т. д. С дизайнерской деятельностью, по большому счету, связаны и другие специалисты: редакторы текстов – *text editor*, редакторы, отбирающие информацию – *copytester*, редакторы изображений – *graphic editor* и др.

ходимостью упорядочить поток информации, сделать ее максимально наглядной, доходчивой и удобной для восприятия. Дизайнер-график решает, каким образом должна быть выражена идея, сущность напечатанного на листе бумаги «информационного послания», отображает его языком наглядных образов, грамотно выбирает вид и, если нужно, соответствующую конструкцию печатного издания. Он способен наилучшим образом связать друг с другом текст и изобразительный материал, используя при этом единую систему знаков, иллюстраций, декоративных украшений и пр.

Распространение информации с помощью печати или средств телекоммуникации имеет ряд отличительных особенностей. Если печать дает возможность читателю в соответствии с собственными возможностями определять скорость и тактику усвоения визуального материала, то средства телекоммуникации позволяют повысить темп передачи и усвоения информации, выделить в ней самое главное с помощью специальных приемов, положительно влияя на ее запоминаемость. Здесь методы графического дизайна даже более значимы, чем при подготовке изданий, напечатанных на бумаге.

Информация, подготовленная для зрительного восприятия человеком, сегодня является результатом тесного взаимодействия графического дизайна и современной техники. Можно сказать, что дизайн визуальной информации – это творческая деятельность, основанная на синтезе искусства, техники и точного прагматического расчета.

Основными коммуникативными средствами графического дизайна или, образно говоря, его языком, являются *графика, типографика, фотографика*, на основе которых развиваются такие направления, как рекламная, прикладная, декоративно-оформительская и другие виды графики, реализуемые с помощью компьютерной техники. Часто все эти художественные средства воплощаются с использованием компьютерной анимации и видео.

Графика – вид искусства, имеющий не только самостоятельное художественное, но и прикладное значение, как, например, инженерная или промышленная графика. В рекламной графике возможно использование всех видов, жанров, направлений, методов и технических способов создания графических изображений.

Типографика – проектирование текста средствами типографского или, что сегодня встречается чаще, компьютерного набора. Важным моментом здесь является размещение отдельных текстовых элементов не только относительно друг друга, но и по отношению к полосе печатного издания или экранного пространства.

Фотографика основывается на синтезе фотографии, рисунка и текста. К фотографии относятся любые произведения графического дизайна, если ведущую роль в их художественном решении играет изображение, полученное фотографическим путем, в том числе с помощью цифровой аппаратуры. Виды фотографии разнообразны, к ней относится традиционная черно-белая фотография, нередко сопровождаемая специальными эффектами, художественная фотография, компьютерный фотомонтаж и другие ее виды, основанные как на традиционном, так и на цифровом способе фиксации окружающего мира.

Компьютерная графика – явление, отражающее совокупность приемов и действий, обуславливающих автоматизацию процессов подготовки, преобразо-

вания и воспроизведения не только графической, но и всей другой визуальной информации с помощью электронной вычислительной техники. Компьютерная графика активно используется во всех видах графического дизайна.

В наше время компьютерная графика практически переосмысливает суть, значение и формальные характеристики большинства художественных средств, которые давно и успешно используются в изобразительном искусстве. Компьютер все чаще бывает необходим в подготовке произведений арт-дизайна⁵, в котором наблюдается явный приоритет эстетического начала, направленного на организацию художественного впечатления от воспринимаемого объекта. В рассматриваемом контексте заметным направлением арт-дизайна является CG-графика (англ. *Computer Graphic Art* – цифровая живопись), где электронные изображения создаются с использованием компьютерных аналогов традиционных инструментов художника. CG-графика – новое направление в области визуальных искусств.

Компьютер в цифровой живописи – это такой же инструмент, что и графические средства художника, используемые на протяжении многих веков. Чтобы хорошо рисовать на компьютере, необходимо овладеть всем накопленным багажом знаний – законами композиции, особенностями линейной и воздушной перспективы, соотношением пропорций изображаемых объектов, колоритом, теорией цвета и т. д.

В конце XX-начале XXI веков CG-графика стала переживать этап бурного развития и постепенно заняла прочные позиции в оформлении печатной продукции, создании компьютерных игр, производстве кинематографической и видеопродукции, телевизионной сфере, веб-дизайне. В кратком виде причины быстрого проникновения CG-графики в эти области состоят в ее доступности широкому кругу пользователей, сокращении времени, затрачиваемого на творческий процесс, уникальности практикуемого инструментария, простоте освоения огромных, пока что не полностью изученных, перспектив использования.

Еще одним направлением графического дизайна является **моушн-дизайн** (англ. *motion-design* – «дизайн в движении») – прямой наследник анимационного кинематографа. Это направление получило широкое распространение благодаря наступлению эры компьютерной технологии. Несмотря на близость моушн-дизайна и компьютерной анимации, они не идентичны друг другу, поскольку моушн-дизайн может использоваться в комбинации с классической видеосъемкой, звуковым сопровождением, другими направлениями мультимедиа технологии.

Моушн-дизайн включает в себя обширную палитру средств и инструментов, нашедших применение в телевидении, кинематографе и, совершенно неожиданно, в световой театральной сценографии. Он прочно обосновался в области создания медиа-ресурсов – музыкального видео, компьютерных игр, мультимедийных произведений, динамической рекламы, предназначенной для воспроизведения с помощью электронных средств отображения информации.

Моушн-дизайн развивается невиданными темпами и занимает все более заметное место в ряду визуальных искусств. Достаточно лишь перечислить области, где он играет ведущую роль. Это айдендика – визуальный образ TV-канала, теле-

⁵ Арт-дизайн часто характеризуется как «дизайн-искусство», цели которого сближаются с задачами изобразительного и декоративного искусства, удаляясь от задач предметного художественного творчества.

дизайн с заставками для теленовостей и телевизионных программ, кинематограф, немислимый без титров и видеоэффектов, динамическая реклама, видеоклипы, инфографика, электронные презентации, веб-сайты, компьютерные игры и др. Моушн-дизайн – это сплав искусства, дизайна, анимации, режиссуры.

Наверное, никакая другая профессия в области дизайна не является столь универсальной. Например, моушн-дизайнер в своей работе заменяет почти любого специалиста съёмочной площадки или телеканала. Он, прежде всего – креатор, придумывающий художественное решение мультимедийного контента. Он и главный режиссер – основная фигура любого видеопроекта, и художник-постановщик, ответственный за стиль, цвет и форму всего того, что помогает правильно донести до зрителя эмоциональное настроение и смысл. Он одновременно и сценарист, и художник, и звукорежиссер, и специалист в области видео- и фотооборудования.

Есть мнение, что моушн-дизайн появился в связи с необходимостью постоянно привлекать внимание зрителя к тому, что происходит на экране. Известно, что на движущуюся картинку человек всегда обращает больше внимания, чем на неподвижное изображение. Но есть и другое мнение, в соответствии с которым моушн-дизайн может сделать что-то такое, чего не может сделать дизайн графический. Например, использовать «дополненную реальность», которую трудно воплотить традиционными средствами, или сочетать в единой связке текст, рисованное изображение, киносъемку, звуковое сопровождение и т. п.

Иногда моушн-дизайн отождествляют с созданием открывающих титров для кино и телевидения. Однако это не совсем верно. Для этой области, получившей название «*title design*» характерно лишь изготовление опенингов (англ. *opening*) – начальных анимационных роликов, изображающих главных персонажей в «мультяшках», и эндингов (англ. *ending*) – финальных роликов, имеющих более скромную анимацию и музыку, но более подробные титры. В этом смысле область моушн-дизайна значительно шире.

Сегодня зрителя уже сложно заставить что-то прочесть и рассмотреть напечатанные на бумаге картинки, он привык к их постоянному движению на компьютерных мониторах и видеоэкранах. Моушн-дизайн, например, широко используется в компьютерных презентациях, представляющих собой набор электронных слайдов, включающих текст, графику, фотографии, анимацию, видеоролики, спецэффекты. Относительно новый вид презентаций – мультимедийные презентации, включающие в себя не только видеоряд, но и звуковое сопровождение. В связи с этим в дизайне появился новый, немного парадоксальный термин, связывающий воедино творческую деятельность в области как визуальных, так и звуковых искусств, последние из которых получили название «саунд-арт» (англ. *sound art – искусство звука*). Синтез этих двух направлений – *saund design*⁶.

Презентации – очень эффективное и популярное средство рекламного продвижения продуктов и услуг. Они часто используются в области *digital signage* (дословный перевод «цифровая вывеска») – технологии отображения рекламной информации на жидкокристаллических экранах, видеостенах, проекционных си-

⁶ *Saund design* – «звуковой дизайн», являющийся важным компонентом аудиовизуальных форм творчества – кинематографа, телевидения, театра, компьютерных игр и т. п. Пример повседневного «звукового дизайна» – рингтоны, музыкальные вызовы в мобильных телефонах.

стемах, установленных в торговых центрах, витринах магазинов, на транспорте. При этом наибольший эффект приносят «ветвящиеся» интерактивные презентации, которые создаются с учетом неупорядоченного взаимодействия пользователя с источником информации.

Графический дизайн используется не только для создания интерактивных презентаций, но и сайтов, которые реализуют произвольный способ общения с ними.

Веб-дизайн – очень важный и ставший сегодня весьма актуальным вид графического дизайна, который направлен на художественное проектирование объектов Всемирной Информационной Среды – Интернета. Веб-дизайн – это область творческой деятельности специалистов, именующих себя IT-дизайнерами, или веб-дизайнерами.

Профессия веб-дизайнера замечательна и разнообразна. Основными направлениями его деятельности являются:

- создание разнообразных макетов сайтов, от простых одностраничных сайтов-визиток, до сложных и регулярно обновляющихся новостных сайтов, зарегистрированных в качестве средств массовой информации;
- создание анимированных баннеров, шапок, декоративных фонов-бэкграундов, придающих сайту определенное настроение и помогающих привлечь внимание посетителей;
- реконструкция старых сайтов, заключающаяся в коррекции оформления, изменении навигации, обновлении и верстке текстового и иллюстративного контента.

Конечным продуктом работы веб-дизайнера является статичный оригинал-макет, отображающий внешний вид страниц сайта, который в дальнейшем тысячи интернет-пользователей увидят на экранах своих компьютеров.

1.2. Коммуникативные средства графического дизайна

графика, типографика,
инфографика, фотографика,
декоративно-оформительская графика...

В учебной литературе термин «коммуникация» (от лат. *communicatio* – делаю общим, связываю) часто определяется как процесс передачи и восприятия информации в условиях межличностного и массового общения, осуществляемого по разным каналам и при помощи различных коммуникативных средств.

Средства графического дизайна являются основой визуальной коммуникации – способа общения, частично или целиком полагающегося на зрение. К этим коммуникативным средствам относятся графика, типографика и фотографика, существующие во всем разнообразии их видов и изобразительных форм [12].

1.2.1. Уникальная и печатная графика

Графика (греч. *graphike*, от *grapho* – пишу, черчу, рисую) – один из видов изобразительного искусства, важнейшее средство визуальной коммуникации.

Любая традиционная графика связана с изображением реальных или абстрактных объектов на плоскости белого или тонированного бумажного листа. Выделяют следующие виды графики: станковая графика (рисунок, акварель, офорт и др.), книжная графика (иллюстрации и элементы декоративно-художественного оформления), журнальная и газетная графика, промышленная графика, плакат и др.

По способу исполнения и возможностям воспроизведения (тиражирования) графику делят на *уникальную* и *печатную*. Работая в области уникальной графики, художник создает произведение в единственном экземпляре, выполненном в технике рисунка, акварели, гуаши и т. п. В печатной графике – *гравюре*, на форме, обычно называемой доской, он сначала выполняет рисунок, затем по рисунку производит гравирование, после чего с готовой доски получает необходимое количество оттисков – тираж.

Рисунок – наиболее древний вид изобразительного искусства и в то же время старейшее средство визуального общения между людьми. Рисунки могут выполняться различным образом: с натуры, по памяти, по представлению, по воображению. Различают контурный, штриховой, тоновый рисунки. Разновидностями рисунка являются *шаржи* и *карикатуры*, обладающие мощными средствами социально-политического воздействия на зрителей.

Рисунок может являться как самостоятельным произведением художника-графика, так и основой скульптуры, живописи, книжной иллюстрации, где он выпол-

Конец ознакомительного фрагмента.

Приобрести книгу можно

в интернет-магазине

«Электронный универс»

e-Univers.ru