

Федеральное агентство по образованию  
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ГОУВПО «АмГУ»

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой «Дизайн»

\_\_\_\_\_ Е.Б. Коробий

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2007г.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО ДИСЦИПЛИНАМ:  
ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН  
ОСНОВЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

для специальностей: 070603 «Искусство интерьера», 070801 «Декоративно-прикладное искусство, 070601 «Дизайн»

Составитель: Ю.М. Гофман ст. преподаватель кафедры «Дизайн»  
Н.А. Васильева ст. преподаватель кафедры «Дизайн»

Благовещенск

2007 г.

Печатается по решению  
редакционно-издательского совета  
факультета прикладных искусств  
Амурского государственного  
университета

Ю.М. Гофман, Н.А. Васильева

Учебно-методический комплекс по дисциплинам «Графический дизайн», «Основы графического дизайна» для студентов очной формы обучения специальностей 070603 «Искусство интерьера», 070801 «Декоративно-прикладное искусство, 070601 «Дизайн». - Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2007. – с. 145

Учебно-методические рекомендации ориентированы на оказание помощи студентам очной формы обучения по специальностям 070603 «Искусство интерьера», 070801 «Декоративно-прикладное искусство, 070601 «Дизайн» для формирования специальных знаний о видах и формах прикладной графики, практических навыков в разработке визуальных коммуникаций, особенностях графического языка и композиции по этим разделам, методике комплексного проектирования графического стиля объекта (фирменного стиля).

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Программа дисциплины, соответствующая требованиям государственного образовательного стандарта.....	5
2. Рабочая программа дисциплины.....	6
2.1. Цели и задачи дисциплины .....	6
2.1.1. Цель преподавания дисциплины.....	6
2.1.2. Задачи дисциплины.....	6
2.2. Содержание дисциплины.....	7
2.2.1. Федеральный компонент.....	7
2.2.2. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах .....	8
2.2.3. Самостоятельная работа .....	10
2.2.4. Перечень и темы промежуточных форм контроля знаний.....	12
2.2.5. Зачет.....	12
2.2.6. Вопросы к зачету	
2.3. Учебно-методические материалы по дисциплине.....	16
2.3.1. Перечень обязательной (основной) литературы.....	16
2.3.2. Перечень дополнительной литературы.....	16
2.3.3. Перечень наглядных и других пособий.....	17
3. Методические рекомендации по проведению лабораторных работ.....	18
4. Методические рекомендации по выполнению лабораторных работ.....	40
4.1. Примеры выполнения лабораторных работ.....	46
5. Фонд тестовых заданий для оценки качества знаний по дисциплине	
6. Учебно-методическая карта дисциплины.....	60

## ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Графический дизайн» принадлежит к комплексу специальных дисциплин по подготовке студентов специальности 070603. На занятиях по графическому дизайну студенты изучают основные методы и приемы проектирования систем и отдельных элементов визуальных коммуникаций, фирменных стилей, плакатов и другой прикладной графики.

Приоритетным направлением в творчестве дизайнера-графика является разработка систем визуальной коммуникации и, в частности, фирменных (товарных) знаков как их элементов.

Материалом и источником творчества для дизайнера служит весь окружающий его предметный мир, его многообразные внешние проявления, формы, структуры. Творчески переосмысляя их, дизайнер вырабатывает оригинальные идеи, создает новые формы. Для успешной работы художник должен обладать развитым образно-ассоциативным мышлением, а также иметь необходимые знания и практические навыки для воплощения творческих идей в проекты.

На начальном этапе графической подготовки студенты знакомятся с основными категориями и средствами композиции, изучают специфические приемы и техники графики, работая в основном с абстрактными формами. После этого они переходят к условно-изобразительным и предметным формам. Именно здесь студенты овладевают принципами графической трансформации и стилизации изображений, кодирования всей визуальной информации языком цветографики, чтобы впоследствии, на старших курсах, уметь грамотно разрабатывать комплексные проекты визуальных коммуникаций, фирменных стилей и других знаковых систем.

Очень важно на этом промежуточном этапе подготовки в прикладной графике, когда студенты разрабатывают отдельные элементы знаковых систем на изобразительной основе, вырабатывать образно-ассоциативное мышление, раскрыть смысл и содержание таких понятий, как «графические трансформации», «стилизация», «художественный образ», «условный знак»,

«символ», «семантика», «ассоциации», «метафора», «изобразительный мотив» и др.

В разработке проектов фирменного стиля графический дизайн сочетается с коммуникативным дизайном, поскольку визуальная информация в коммуникативных системах состоит из многих компонентов и подается не целиком и не одновременно, а действует по частям, в различных сочетаниях, в течение длительного времени.

Курс графического дизайна дает студентам комплекс практических навыков при решении определенных проектных задач, формирует тип проектного мышления для раскрытия художественного замысла проекта средствами компьютерной графики, помогает выразительно представлять свой проект с помощью изобразительных рекламных средств и уметь грамотно выполнять задачу с точки зрения дизайна.

Основные понятия информатики; общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации при решении задач проектирования. Изучение основ операционных систем, файловых структур и пользовательских интерфейсов различных графических редакторов и браузеров. Основные принципы работы в Интернете.

Данное пособие составлено с учетом рекомендаций учебно-методического отдела АмГУ и включает следующие разделы:

- программа дисциплины, соответствующая требованиям государственного образовательного стандарта
- рабочая программа дисциплины
- учебно-методические материалы по дисциплине
- методические рекомендации и указания по выполнению лабораторных работ
- контрольные вопросы к зачету
- тестовые задания
- учебно-методическая карта дисциплины

## **1. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ, СООТВЕТСТВУЮЩАЯ ТРЕБОВАНИЯМ ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА**

В ходе изучения курса «Графический дизайн» студенты обучаются технике и методам использования прикладной графики, учатся раскрывать художественный замысел создаваемого объекта используя особенности графического языка и композиции, изучают основные методы и приемы проектирования систем и отдельных элементов визуальных коммуникаций, фирменных стилей, плакатов и другой прикладной графики.

## **2. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **2.1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе**

#### **2.1.1. Цель преподавания дисциплины.**

Учебная цель курса - ознакомление студентов с теорией и практикой графического дизайна, содержанием проектной деятельности по созданию комплекса и элементов графического образа; художественно-графическая подготовка студентов, овладение техническим мастерством; умение анализировать работу, последовательно, творчески и профессионально исполнять ее; научить работать самостоятельно.

Курс "Графический дизайн", «Основы графического дизайна» содержит сведения о видах и формах прикладной графики, визуальных коммуникаций, особенностях графического языка и композиции по этим разделам, методике комплексного проектирования графического стиля объекта.

На 2 курсе упор делается на работу со шрифтом /шрифтовой плакат, изобразительно-шрифтовая композиция/ и разработку личного знака /экслибрис/. На 3 курсе - работа с изобразительными формами и мотивами, стилизация, графическая трансформация изображения. В заключение курса на основе полученных знаний и практических навыков выполняется комплексный проект фирменного стиля.

#### **2.1.2. Задачи изучения дисциплины:**

- получить знания по видам, формам и составляющим прикладной графики /шрифтоведение и цветоведение, символика и эмблематика, личный знак и знаковые системы, печатная графика, книга, плакат, фирменный знак и фирменный стиль/;
- освоить методику практической работы над проектом, композицией; уметь работать самостоятельно, творчески, аналитически;
- овладеть техническим мастерством, уметь профессионально, грамотно выполнить работу с учетом технологических требований и возможностей воспроизведения /в материале/; уметь пользоваться различными графическими материалами, приемами и техниками.

### **2.1.3. Перечень дисциплин, усвоение которых студентами необходимо при изучении данной дисциплины:**

- **Компьютерные технологии в проектировании среды:** Компьютерная графика как один из современных способов разработки и подачи дизайнерской идеи.
- **Основы композиции в дизайне среды:** Основные виды композиции, их слагаемые. Глубинно-пространственная и объемная композиция, выявление свойств поверхности и объема. Композиционная организация открытых пространств, сопоставление закрытых пространств, детализовка форм объемно-пространственных комбинаций. Композиция как процесс и результат деятельности по созданию и визуализации форм предметно-пространственных образований в среде. Гармонизация в среде, средства гармонизации общего композиционного решения, ее пространственной основы, предметного наполнения. Особенности восприятия и динамика структуры средовой композиции.
- **Живопись:** Овладение методами академической живописи, знаниями цветоведения и колористики. Создание средствами живописи с использованием различных техник живописных композиций различной степени сложности.

## **2.2. Содержание дисциплины**

### **2.2.1. Федеральный компонент**

**Графический дизайн:** Типология объектов графического дизайна. Изучение основных методов, принципов и приемов композиционной организации. Графика и объем. Графический язык и визуальная культура. Креативность мышления и графический дизайн. Понятие коммуникативности как одной из важнейших функций современного графического дизайна и ее роль в современной культуре и проектной деятельности.



## 2.2.2. Лабораторные занятия, их наименование и объем в часах

### 2 курс, 4 семестр

N п/п	Тематика и содержание лабораторных занятий	Кол-во часов
1	2	3
1	Цели и задачи курса. Шрифт, как знаковая система; шрифт как один из компонентов визуальных коммуникаций. История, эволюция и классификация шрифтов. Формообразующие элементы букв и текста. Функции и образность шрифта.	2
2	Графическая интерпретация буквы. Понятие графемы. Шрифтовые личные знаки. Монограмма (шрифтовая композиция из 2-х буквенных знаков взаимосвязанной формы).	4
3	Графическая интерпретация слова. Зависимость восприятия текстового сообщения от графической формы (начертания и фактуры) шрифта. Отработка различных стилей и фактур на основе слова «DESIGN» (сухая кисть, трафарет, электронный, аппликация и т.д.).	8
4	Образность шрифта как художественного средства в дизайне. Шрифтовая композиция слова. Выявление смысла и художественного образа понятия, явления или предмета исключительно средствами шрифтовой графики. Понятие логотипа. Выполнение 3-х логотипов с использованием различных технических приемов, начертаний, фактур, компоновки.	8
5	Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на основе кириллицы по 1-2 заданным буквам (шрифтовая композиция с включением логотипа в цвете – названия авторского шрифта).	10

	ИТОГО:	32
--	--------	----

### 3 курс, 5 семестр

N п/п	Тематика и содержание лабораторных занятий	Кол-во часов
1	2	3
1	Цели и задачи курса. Задание: графическая трансформация природного мотива (анималистического) в символ. Формообразование в животном мире. Типы анималистических символических изображений в геральдике и прикладной графике. Выбор объекта трансформации.	2
2	Сбор материала. Цикл зарисовок животных с натуры: подробных (с передачей материальности) и быстрых (пластика, движение) разными материалами. Рисование по памяти и по представлению	6
3	Выполнение первоначального подробного эскиза на основе натуральных зарисовок	2
4	Поэтапная трансформация мотива. Серия стилизованных рисунков в разной манере, технике, материале	8
5	Работа над созданием знака-символа животного. Задача: сделать лаконичный, выразительный графический образ животного	8
6	Организация окружающих мотивов среды. Оформление планшета 50x50	10
	ИТОГО:	36

### 3 курс, 6 семестр

N п/п	Тематика и содержание лабораторных занятий	Кол-во часов
1	2	3
1	Цели и задачи курса. Лекция: Понятие "фирменный	2

	знак". Происхождение, история, эволюция ф.з. Современный фирменный знак. Виды фирменных знаков. Регистрация и использование фирменных знаков	
2	Лекция: фирменный стиль. Визуальные коммуникации. Функции, структура, использование фирменного стиля	2
3	Разработка фирменного знака	12
4	Разработка логотипа, фирменный шрифт, фирменный цвет	4
5	Образцы использования фирменного стиля (экстерьер, интерьер, печатная продукция, сувениры)	4
6	Работа над пояснительной запиской «Разработка фирменного стиля».	8
	ИТОГО:	32

### 2.2.3. Самостоятельная работа студентов

Рабочий план по дисциплине "Графический дизайн" включает в себя самостоятельную работу студентов, на которую в течение всего курса обучения отводится 92 часов. При выполнении задания студенты руководствуются основным принципом: последовательным, методически основным ведением работы, от выполнения предварительных эскизов до графической подачи проекта в материале.

Средства графики относительно ограничены по сравнению с живописью, цвет здесь применяется условно и материальная форма передаётся в основном за счёт фактуры - гладкой, шероховатой, блестящей. Но графика имеет и свои преимущества: её исполнение требует меньшего времени и поэтому в условиях ограниченного количества академических и самостоятельных часов студенты должны выполнить ряд специальных заданий. Студенты специальностей "Промышленный дизайн" и "Интерьер и оборудование в результате теоретического и практического изучения дисциплины "Графический дизайн" должны научиться решать задачи построения цветовых гармоний, знать закономерности пропорциональных и

ритмических композиционных построений в шрифтовых композициях, знаковой графике, книжной и др. полиграфической продукции. Студенты должны умело пользоваться средствами графической выразительности в композициях декоративно-орнаментального типа. Особое место в самостоятельной работе занимают задания на изучение приемов графической трансформации и стилизации природных форм и знаков шрифта.

Частью самостоятельной работы студентов может также являться копирование графических приёмов стилизации предметных и шрифтовых форм в работах мастеров. Не должны допускаться ограничения в выборе художественных материалов: гуашь, уголь, пастель, тушь, акварель, сангина, мелки, фломастеры и т.д.

## **ТЕМАТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ**

### **4 семестр – 30 часов**

1. Разработка десяти принципиально разных вариантов шрифтового знака – монограммы (6 часов).
2. Выполнение рельефной композиции в материале на основе монограммы формата А4 (8 часов).
3. Доработка проекта авторского шрифта и алфавитная компоновка с включением логотипа формата А3 (8 часов).

4. Образец типографического оформления печатной продукции: дизайн плаката, поздравительной открытки или приглашения с введением цвета, инициала, орнамента, рисунка (формат – по выбору) с применением различных инструментов и материалов (8 часов).

Задачи: членение текста на строки, выбор шрифта, выявление ритма строк и смыслового акцента и выделение его средствами шрифта.

### **5 семестр – 32 часа**

1. Анатомические зарисовки животных (скелет, череп, конечности). Схематические рисунки с задачей передать структуру тела и пропорции выбранного объекта (8 час.)

2. наброски и зарисовки животных с натуры – подробных и быстрых, с передачей различных ракурсов и движений. зарисовки фигуры целиком, а также зарисовки частей тела и отдельных фрагментов. использовать различные материалы (8 час.)

3. зарисовки животных по памяти с отбором наиболее характерных черт. зарисовки по представлению с усилением характера и пластики или с обобщением форм. выбор наиболее интересных движений и ракурсов (8 час.).

4. выполнение серии графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему символического характера. рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотография, орнамент и т.д.) для выбора адекватной графической формы и фактуры символического образа (8 час.)

### **6 семестр – 30 часов**

1. изучение и анализ аналогов – образцов логотипов и фирменных стилей (4 час.)

2. выбор объекта проектирования и сбор необходимой информации о нем (организация, структура, род деятельности, специфика, реквизиты, потребности в рекламе и т.д.) (4 час.).

3. выработка концепции фирменного стиля. эскизирование, поиски общего визуального облика, стиля оформления объекта проектирования (10 час.).

4. разработка основных стилеобразующих элементов – эмблемы и логотипа. поиск, анализ и отбор различных вариантов графических констант с целью найти оптимальный, выразительный и адекватный объекту визуальный образ (6 час.).

5. выработка единых композиционных принципов (констант), компоновка на объектах-носителях, компьютерная обработка и распечатка (6 час.).

#### 2.2.4. Перечень и темы промежуточных форм контроля знаний

В каждом семестре через две недели ведущим преподавателем проводится регулярный просмотр самостоятельных работ студентов. Объем и перечень заданий выдаются заблаговременно, подробно объясняются. На просмотре отмечаются ошибки в заданиях и даются рекомендации к исправлению.

Все самостоятельные работы в обязательном порядке, предоставляются на комплексном просмотре по проектированию.

Текущий контроль знаний проводится в рамках лабораторных работ и консультаций. Промежуточный контроль осуществляется два раза в семестр в виде контрольных точек. Итоговый контроль проводится в виде зачета в конце 4,5,6 семестра.

ВИД КОНТРОЛЯ	УЧЕБНАЯ НЕДЕЛЯ
4,6 СЕМЕСТР (15 НЕДЕЛЬ)	
1. Текущий просмотр самостоятельных работ	4 неделя
2. Текущий просмотр работ	8 неделя
3. Текущий просмотр и самостоятельных работ	12 неделя
4. Текущий просмотр и самостоятельных работ	15 неделя
5 СЕМЕСТР (18 НЕДЕЛЬ)	
1. Текущий просмотр работ	4 неделя
2. Текущий просмотр работ	8 неделя
3. Текущий просмотр работ	12 неделя
4. Текущий просмотр работ	16 неделя
5. Текущий просмотр работ	18 неделя

### **2.2.5. Зачет**

В конце 4,5,6 семестров выставляется дифференцированный зачет. Зачет проходит в виде кафедрального просмотра, на который студент выставляет графические работы.

Предварительный просмотр проводится ведущим преподавателем перед итоговым за неделю до зачетного занятия. Студент обязан предоставить весь объем работ за семестр, а так же все необходимые по программе самостоятельные работы. Преподавателем разбираются возможные ошибки, даются рекомендации к их исправлению.

#### **Основные критерии оценки**

В зачетной оценке учитываются два показателя проекта:

- Художественно-образное решение графики (образность, стилизация, композиция, цвет).
- Технические особенности исполнения.

**Оценка "отлично"** выставляется, если:

- Изображение закомпоновано в формате листа;
- Присутствует образное, стилизованное решение;
- Найден общий графический стиль;
- Творческий подход в техническом исполнении;
- Полностью выполнены задачи в передаче фактура, цвета, тщательности и аккуратности всех видов графических работ.

**Оценка "хорошо"** выставляется, если:

- Изображение закомпоновано в листе;
- Допущены незначительные ошибки в графике подачи;
- Недостаточно технично передана фактура поверхностей предметов.

**Оценка "удовлетворительно"** выставляется, если:

- Изображение плохо закомпоновано;
- Не убедительно переданы фактуры;
- не выполнены задачи стилизации.

**Оценка "неудовлетворительно"** выставляется, если:

- Не решены задачи композиции, образной стилизации
- Нет техничности в исполнении работ.

### **2.2.6. Вопросы к зачету**

#### **Второй курс, четвертый семестр**

1. Виды графики. Средства графики.
2. Графические приемы и технические возможности черно-белой графики.
3. Виды, типы и группы шрифтов. Параметры шрифта.
4. Буква как графический знак. Графическая форма буквы. Схема (графема) буквы.
5. Графические принципы расстановки букв в слове и строках. Визуальная взаимосвязь букв.
6. Приемы стилизации и фактурной проработки знаков шрифта.
7. Специфика эмблемы как художественно-графической миниатюры образно-символического характера.
8. Специфика экслибриса как личного знака.
9. Особенности композиции в графической миниатюре;
10. Приемы стилизации изображения в знаковой графике.

#### **Третий, курс, пятый семестр.**

1. Структура и основные элементы книги как объекта оформления и дизайна.
2. Принципы композиции в построении графического листа.
3. Образные задачи графики в книжном оформлении.
4. Символика и декоративность в книжной графике.
5. Принципы и приемы стилизации изобразительных форм в книге.
6. Принципы решения обломки как органического сочетания изображения, шрифта, цвета и орнамента.
7. Принципы построения многофигурной композиции.
8. Специфика и формы применения цвета в черно-белой графике.
9. Связь декоративно-символических элементов (заставка, концовка, буква) с сюжетными (обложка, иллюстрации, фронтиспис).



10. Дизайнерский расчет макета для построения структуры книги как видеоряда.

### **Третий курс, шестой семестр.**

1. Роль природных мотивов в декоративно-прикладном искусстве.
2. Особенности пластики (структуры) животных, сходство и различия с человеческой.
3. Задачи рисования с натуры и по памяти в качестве подготовительного материала для трансформаций.
4. Проблемы выполнения базового эскиза животного.
5. Принципы графической трансформации природных форм.
6. Специфика линейного (линейного) решения черно-белой графики животного.
7. Специфика пятнового решения черно-белой графики животного.
8. Специфика линейно-пятнового решения черно-белой графики животного.
9. Специфика выполнения и технические возможности передачи различных фактур в природных трансформациях.
10. Проблемы стилизации природных форм в знаковой графике (фирменные знаки).

### **Четвертый курс, седьмой семестр.**

1. Структура графического комплекса фирменного стиля.
2. Группа стилеобразующих элементов.
3. Функции и задачи фирменного стиля.
4. Виды и формы фирменных знаков.
5. Выбор мотива и формы стилизации фирменного знака.
6. Критерии оценки и требования к фирменным знакам.
7. Принципы выбора и сочетаемости цвета, сигнальные функции цвета, построение цветовых гармоний в фирменном цветовом спектре.
8. Принципы и критерии выбора готового шрифта и разработки оригинального фирменного шрифта, Графическая обработка шрифта для логотипа и фирменных шрифтовых элементов.

9. Дизайнерские и композиционные принципы разработки печатной и другой фирменной продукции с фирменной символикой.
10. Юридическая защита и регистрация фирменных знаков.

Четвертый курс, восьмой семестр.

1. Виды и типы знаковых систем.
2. Состав и функции систем визуальной коммуникации как знаковых систем.
3. Выбор объектов для разработки комплекта обслуживающих пиктограмм.
4. Композиционные, стилистические и графические принципы решения оригинальных пиктограмм.
5. Специфика стиля визуальной коммуникации (мера условности, функциональность, однозначность прочтения, унификация).
6. Сетка-модификатор как конструктивная основа для построения пиктограмм.
7. Технологические требования к системе визуальной коммуникации.
8. Проблемы цветового оформления элементов визуальной коммуникации.
9. Коммуникационные элементы (указатели, надписи, стрелки, сигнатуры и т. д.).
10. Принципы построения модели единой, системы визуальной коммуникации.

Пятый курс, девятый семестр.

1. Специфика плаката как вида прикладной графики\*
2. Место плаката в системе фирменного стиля.
3. Виды и жанры плаката.
4. Типы и формы плаката (шрифтовой, фотоплакат и т.д.).
5. Специфика плакатного языка.
6. Концептуальная идея плаката.
7. Композиционное построение плаката.
8. Проблемы единства шрифта и изображения в плакате.
9. Особенности цветового решения плаката.
10. Графические средства и приемы и технологические требования к плакату.

### **2.2.7. Курсовая работа, его характеристика**

#### **Основные критерии оценки проекта:**

- дизайнерское художественно-образное решение (идея, стиль, композиция );
- функционально-конструктивное решение (структура );
  - графический дизайн оформления идеи-образа (композиция, цвет, шрифт );

**Оценка " отлично "** выставляется, если: найден общий графический стиль, графика выполнена качественно;

**Оценка " хорошо "** выставляется, если: графика выполнена с незначительными ошибками; допущены незначительные ошибки при цветовом решении проекта;

**Оценка " удовлетворительно "** выставляется, если: графика выполнена с ошибками; допущены значительные ошибки при цветовом решении проекта

**Оценка " неудовлетворительно "** выставляется, если: допущены грубые ошибки в перечисленных выше требованиях к оценке проекта; студент не владеет графическими приемами исполнения проекта; студент не владеет приемами цветового оформления проекта;

К курсовому проекту студент прилагает пояснительную записку, объем которой определяется руководителем проекта. Типовые разделы пояснительной записки: введение; основная часть; заключение; список использованных источников; приложение.

## **ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ**

### **6 семестр**

1. Фирменные знаки. Определение фирменного знака. Происхождение, история, эволюция фирменных знаков. Регистрация и использование.
2. Визуальные коммуникации. Понятие фирменного стиля. Роль, функции, состав, использование фирменного стиля. Стилеобразующие элементы.
3. Разработка изобразительного фирменного знака объекта (с графическими модификациями)

4. Разработка логотипа, фирменный шрифт, фирменная цветовая гамма.
5. разработка обслуживающих пиктограмм ( 8 шт ).
6. Образцы использования фирменного стиля (экстерьер, интерьер, печатная продукция ).
7. Работа над графической подачей проекта.

### **2.3. Учебно-методические материалы по дисциплине**

#### **2.3.1.Перечень обязательной (основной) литературы**

1. Визуальная культура - визуальное мышление в дизайне// В.Ф. Колейчук и др. - М., 1990.
2. Жердев Е.В. Художественная семантика дизайна, Метаформа. - М., АУТОПАН, 1996.
3. Жердев Е.В. Художественное осмысление объекта дизайна. - М., АУТОПАН, 1993
4. Яцюк О., Романычева Э. Компьютерные технологии в дизайне. Эффективная реклама. - СПб., БХВ-Петербург, 2001.
5. Ерошкин В. Промышленная графика. Учебное пособие для вузов. - Омск., 1998.
6. Рунге В., Сеньковский В.; Основы теории и методологии дизайна. Учебное пособие. - М., 2001.
7. Серов С.И. Стиль в графическом дизайне. 60-80-е годы. - М., ВНИИТЭ, 1991.
8. Методика художественного конструирования. - М., ВНИИТЭ, 1978.
9. Русский графический дизайн. Сб. - М., Внешсигма, 1997.
10. Крылов Я.В, Теория и практика рекламы в России. Учебно-методическое пособие. - М., Центр, 1996.
11. Шрифты. Разработка и использование.//Баржинников, Бизяев, Ефимов и др. - М., Эком, 1997.
12. История графики и искусства книги. Учебное пособие для студентов вузов. - М., Аспект-пресс, 2000.
13. Ковальчук Е.А. Композиция. Художественные средства. - М., 1990.

14. Волкова В.В. Дизайн рекламы. Учебное пособие. - М., Книжный дом "Университет", 1999.

15. История графики и искусства книги: Учебное пособие для студентов вузов, - М.: Аспект-Пресс, 2000 - 320 с.

### **2.3.2. Перечень дополнительной литературы:**

1. Крылов И.В. Теория и практика рекламы в России: Учебно-методическое пособие.- М., Центр, 1996.
2. Визуальная культура - визуальное мышление в дизайне.\\ В.Ф. Колейчук и др. - М., 1990.
3. Жердев Е.В. Художественное осмысление объекта дизайна. - М., АУТОПАН, 1993.
4. Жердев Е.В. Художественная семантика дизайна. Метаформа. - М., АУТОПАН, 1996.
5. Русский графический дизайн. Сб. - М., Внешсигма, 1997.
6. Ковальчук Н.А. Композиция. Художественные средства. - М., 1990.
7. Н.Атабеков. Словарь-справочник иллюстратора научно-технической книги. - М. Книга, 1974.
8. Шрифты. Разработка и использование\ Баржиников, Бизяев, Ефимов и др. - М.: Эком, 1997.
9. Книговедение: энциклопедический словарь. - М.: Советская энциклопедия, 1981.
10. Иоганнес Фридрих. История письма. - М.: Наука, 1979.
11. С.Смирнов. Шрифт и шрифтовой плакат. - М.: Плакат, 1077.
12. Джон Фоли. Энциклопедия знаков и символов. - М.: Вече, 1997.
13. С.Ивенский. Книжный знак: История, теория, практика художественного развития. - М.: Книга, 1980.
14. В.Козлов. Основы художественного оформления текстильных изделий. - М.: 1981.
15. Книга как художественный предмет, ч.1. - М.: Книга, 1988.
16. Е.Немировский, Б.Горбачевский. С книгой через века и страны. - М.: Книга, 1964.

17. Генрих Гуссман. О книге. - М.: Книга, 1982.
18. Каспер Дж., Веркман. Товарные знаки. - М.: Мир, 1986.
19. Д. Беклешов, Н. Воронов. Реклама в торговле.
20. Компьютерные шрифты в газете. - Воронеж, ВГУ, 1995.
21. Западно-европейская графика XV - XX веков: Сборник статей - Л. Искусство, 1985 (иллюстрации).
22. Завальнюк Л. Каталог выставки "Знаки" - 1992.
23. Беклешов Д. Реклама книг сегодня. - М., Мир, 1986.
24. Ляхов В.Н. О художественном конструировании книги. Системное проектирование. Функциональный анализ. - М., Книга, 1975.  
Похлебкин В.В. Международная символика и эмблематика.- М., Международные отношения, 1989.

### **2.3.3. Перечень наглядных и других пособий:**

1. Программа Corel Draw 8.
1. Электронный учебник: Боженков Даниил. Теория цвета. - [www/ Internet/ru/popstule/colorheoru. htm](http://www/Internet.ru/popstule/colorheoru.htm).

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

Для успешного выполнения лабораторных работ необходим теоретический базовый материал. В специальной учебной литературе подобная информация представлена поверхностно, рассеяно и неполно. Для подготовки к проведению семестровых лабораторных работ необходимо придерживаться данного теоретического материала.

#### **ШРИФТ И ШРИФТОВАЯ КОМПОЗИЦИЯ**

Дизайн отличает значительное многообразие видов и форм, которое художникам приходится визуально представлять самыми различными художественными средствами. Художник-дизайнер— профессия универсальная. В арсенале средств, которыми он должен свободно владеть, есть элементы монументально-декоративного и прикладного искусства (живопись, скульптура, графика, орнамент, шрифт), архитектуры (выставочные комплексы, экспозиции в интерьерах и экстерьерах и т. п.), инженерно-конструкторские элементы. Такой объем работы, конечно, не может быть рассчитан на одного человека, этим занимаются дизайнеры определенных специальностей, имеющие художественное образование, постоянно совершенствующие свои знания и мастерство.

Пособие «Шрифт и шрифтовая композиция» (термин «шрифтовая композиция» условно обозначает разного рода шрифтовые работы: плакаты, заголовки, информационные стенды и т. п.), рассчитана на ознакомление с основными методическими положениями, необходимыми для практической работы со шрифтом.

Шрифт представлен как самостоятельная дисциплина, в его историческом и современном развитии, в пределах основных требований, предъявляемых к шрифту в работах разового назначения. Среди тех художественных средств, владение которыми необходимо оформителю, культура шрифта — одно из самых важных. Большинство оформительских

работ не обходится без тех или иных надписей, а иной раз сама надпись, художественное исполнение текста составляет суть задачи. Но и там, где текст не играет самостоятельной роли, надпись тоже должна быть не простым добавлением, но органической частью целого. Ее построение, форма, ее связь с другими элементами композиции не могут быть случайными. Художник должен овладеть культурой шрифта, понять его характер и возможности, изучить выразительные средства этого своеобразного искусства и уметь ими пользоваться.

Художнику-дизайнеру необходимо свободно владеть разнообразием графики шрифтов, чувством пропорции, равновесия, ритма, цветовой гармонии и другими средствами художественного выражения, важными не только для конкретного плаката, но и для целых комплексов наглядной информации, визуальных коммуникаций.

Графическая выразительность слова достигается образностью шрифта, ритмическим строем и целостностью шрифтовой композиции. Шрифт проходит через все средства визуальных коммуникаций и в зависимости от тематики должен иметь такое начертание и стиль, которые наиболее точно передают характер и интонацию текстового сообщения. Может показаться, что шрифт художественными возможностями очень беден. Ведь все буквы нам уже заранее заданы алфавитом, они должны легко узнаваться, читаться. Вариантов букв, и письменных и печатных, сравнительно немного. Однако в руках опытного художника эти скудные средства одухотворяют шрифт, вносят в написанный текст все сложное богатство интонаций и оттенков живого человеческого голоса.

Пособие состоит из двух разделов. Первый посвящен истории письма и истории латинского и русского шрифтов. Цель этого раздела - ознакомить художника в краткой форме с основными теоретическими взглядами на вопросы эволюции графики букв в историческом плане и показать, как можно научиться, не боясь «авторитета старины», воспроизводить те стили письма, которые явились как бы этапными в формировании графики современного



шрифта. При этом художник должен не слепо копировать те или иные стили, а уметь осмысленно и свободно воспроизводить их лучшие формы, овладевая техникой работы ширококонечными перьями и другими шрифтовыми орудиями.

Умение свободно владеть техникой письма и рисования ширококонечными инструментами художнику необходимо еще и потому, что исторические стили латинской и русской систем письма, а точнее, их каллиграфические варианты (греческое «калос» — красивый, «графо» — письмо. Каллиграфическими вариантами в истории письма называются все рукописные шрифты, выполнявшиеся с особой тщательностью в книгах, грамотах, документах) в прошлом выполнялись подобными же инструментами с тупым срезом (тростниковые, птичьи и даже бронзовые перья, найденные при раскопках Помпеи). Генетическая связь рукописной техники с печатными формами шрифтов вообще никогда не прерывалась. Рассматривая типографские шрифты, например старинной антиквы, мы видим характерное соотношение штрихов в буквах, те же пропорции, наклоны округлых элементов, покатоности в начале стоек строчных букв, т. е. все те графические особенности, которые достались им «в наследство» от перовой техники. Добросовестное изучение техники письма и рисования ширококонечными инструментами, умение свободно выполнять лучшие образцы шрифтов помогут художнику повысить свои навыки, будут содействовать «становлению» руки и глаза и одарят его желанным чувством пропорции, гармонии, ритма и другим, что составляет уровень художественной образованности человека в области шрифта.

Свободное владение такими ходовыми инструментами, как ширококонечное (плакатное) перо и плоская кисть, — гарантия быстрого и качественного отклика художника на многие проблемы, которые он должен наглядно отражать в информационных плакатах, сообщениях, «молниях» и т. п., где нет необходимости в тщательной прорисовке шрифта и срок службы

которых короток, но нужна быстрота исполнения, красота, простота, ясность, эмоциональность.

Опыт показывает, что без знания вопросов истории и собственно теории шрифта, без глубокого, вдумчивого изучения и практического освоения теории немислимо и представить себе современного художника шрифта, способного смело и на высоком уровне специфическими наглядными средствами, какими являются шрифтовые композиции, решать возлагаемые на него задачи.

Второй раздел пособия включает основные вопросы теории шрифта и рекомендации по выполнению шрифтовой композиции.

Раздел включает основные принципы оформления шрифта в композиции отдельных букв, композиции слова или словосочетания и, наконец, в композиции текста. Соблюдение этих принципов при выполнении шрифтовых работ является необходимым условием эффективного воздействия плаката на зрителя.

Грамотный дизайнер должен постоянно заботиться о повышении своего профессионального мастерства, овладевать основами графической грамоты в рисунке, орнаменте, художественной композиции, беспрестанно углублять знания в области шрифта.

Выполнение шрифта в плакатах — задача сложная. Поэтому рассмотрение его с точки зрения удобочитаемости, четкости, ясности, простоты графических форм выходит на первый план.

Особое внимание уделяется вопросу образности рисунков шрифта в плакате. Решение образности шрифта подразумевает органическую связь рисунка букв с содержанием текста, а значит, наиболее полную и точную передачу смысла написанного.

Разнообразие плакатов, их эстетическая полноценность во многом зависят от знания художником многовекового опыта шрифтовиков-профессионалов и от его умения, остро чувствуя требования современности, выполнять шрифты различных рисунков с помощью той или иной техники их

исполнения, от умения владеть методами построения, приемами композиции шрифта и многим другим.

Пособие призвано помочь начинающему художнику в какой-то мере овладеть мастерством написания, рисования и построения разнообразных по рисунку шрифтов, применяемых в оформительской практике. Оно поможет студентам-дизайнерам разных направлений составить представление о шрифте как об особом роде графического искусства, подчиняющемся общим для всех видов изобразительного искусства закономерностям, требующем знаний этих закономерностей и умения применять их на практике.

## **ПРОИСХОЖДЕНИЕ ПИСЬМЕННОСТИ И ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ШРИФТА**

Без конца варьируя одни и те же, еще в глубокой древности созданные письменные знаки, искусство шрифта, как никакое другое, связано со своими давними истоками, постоянно возвращается к ним. Поэтому подлинное владение современным шрифтом невозможно без знакомства с богатейшим наследием шрифтовой культуры разных эпох и народов. И значит обучение шрифту полезно начать с рассказа об историческом развитии этого искусства и накопленных им художественных богатствах - с самого зарождения письменности, чтобы показать характерные формы различных видов письма у разных народов до классических начертаний греческого и латинского алфавитов, которые оказали значительное влияние на формирование и развитие русского шрифта.

Первые примитивные средства, которыми нецивилизованные народы пользовались для передачи сообщений на расстоянии, современная наука называет расплывчатым термином *предметное письмо*. Остатки таких форм сообщения живы и в сознании современного культурного человека, хотя и не осознаются им как таковые. Четкой границы между (мгновенным) сигналом и (более постоянным) элементом дописьменной системы передачи сообщений провести нельзя. Мы, например, не делаем различий между мгновенно сменяющимися друг друга сигналами светофора и дорожными знаками,

рассчитанными на более длительное восприятие, что роднит их некоторым образом с письмом. В винодельческих районах виноградная лоза — знак винного погребка. Черная одежда оповещает: «В семье кто-то умер», кольцо: «Я замужем». Военные знаки различия без слов указывают на звание их носителя, флаги одним только цветом или сочетанием цветов — на определенные, в большинстве случаев политические общности. Сюда же относятся язык цветов и язык почтовых марок. Значительную роль предметное письмо играет там, где отсутствуют средства письменного сообщения. С точки зрения истории письменности представляется важным тот факт, что посредством такого предметного письма можно «писать» пространственные послания. Вот пример чисто литературный, но при своей простоте показательный: по Геродоту, Дарий, вторгшийся в страну скифов, получил от них «предметное» послание в виде птицы, мыши, лягушки и пяти стрел, которое, поразмыслив, Гобрий истолковал так: «Если вы не скроетесь в небе, как птицы, или в земле, как мыши, или в воде, как лягушки, то вам не скрыться от этих стрел». Предметное письмо обладает одной замечательной особенностью, характерной для всего процесса развития письменности: вещи, сами по себе непосредственно не передаваемые, заменяются внешне подобными символами. Важное качество предметного письма, определившее переход к графическому письму заключается в том, что между предметом, его пластическим изображением и его рисунком практически не делается никакого различия; они могут замещать друг друга. Это справедливо, например, для *вампунов* некоторых североамериканских индейцев. Пояс-вампум состоит из шнуров, на которые крепятся диски, выпиленные из раковин (*вампум*). Окраска каждого такого диска имеет свой особый смысл: белый цвет означает счастье, мир, благожелательность, черный — опасность или враждебность, красный — войну. Такова символика поясов вампум, использовавшихся для передачи сообщений от одного племени к другому: черный пояс с нарисованным на нем красной краской боевым топором означал объявление войны, соединение двух темных рук на белом фоне —

заклучение мира. Передача разного рода сообщений при помощи письменных знаков — одно из древнейших изобретений человечества. Правда, эти древние знаки еще не были письмом в нашем теперешнем смысле слова. Они содержат те или иные сведения, но не являются при этом записью словесной речи. Обыкновенно это ряды рисунков, расположенных в таком порядке, что они составляют последовательное повествование. Такое письмо называется «рисуночным» или **пиктографией**. У некоторых отставших в своем культурном развитии народов этот древнейший вид письменности дожил до наших дней. Принципиальное отличие знаков пиктографии — пиктограмм — от знаков фонетического письма заключается в незакрепленности за пиктограммой конкретной единицы языка, в возможности интерпретации пиктограмм на любом языке; пиктограмма может быть «прочтена» как слово, синоним этого слова, словосочетание, предложение с различными вариациями смысла, несколько предложений и т.д. Пиктографическое сообщение может состоять из одного сложного знака-сообщения, в котором «читаются» его составные элементы, и последовательности простых знаков-пиктограмм, развернутых в пространстве в виде отдельных «кадров». В современных культурах пиктография применяется как вспомогательное средство общения, например, в дорожной сигнализации, указателях на выставках и международных соревнованиях и т. п. (играет важную роль в условиях многоязычия или неграмотности большинства населения), а также как художественное средство (комиксы). Для развития письма существенно, что с появлением рисуночного письма сообщение отрывается от предмета и переносится на различные материалы для письма, будь это камень, деревянная доска, глиняная табличка или лист бумаги. Потеря предметности, переход к материалу для письма — это важный шаг к письму в узком смысле слова. Рисуночное письмо может пользоваться теми же приемами изображения, что и предметное письмо. Человек, животное или вещь могут быть нарисованы целиком со всеми деталями или же, наоборот, условно, например крупный рогатый скот

сокращенно обозначается изображением головы, абстрактные понятия могут изображаться символически («холодный» — текущая вода, «есть» — человек, подносящий руку ко рту и т. д.). При этом задача примитивного письма — передать не *звучание*, а *смысл* сообщения. Хороший пример идеографического письма представляет собой послание эскимоса с Аляски, изображенное на рисунке. Смысл его примерно таков: «Знайте, что я отправился на лодке и заночую на острове с двумя хижинами, вторую ночь проведу на другом острове. Я охочусь за морскими львами и вернусь на лодке в мой зимний дом». Каждый рисунок соответствует не слову, а фразе. Каждый рисунок изображает человека, или предмет, или передает определенное событие, заимствуя средства из языка жестов. Дальнейшее развитие письма выглядит просто: из идеографического, или фразового, письма развивается словесное письмо; из него, как следствие признания слога более мелкой звуковой единицей, — слоговое письмо и, наконец, после того как выделены звуки, — звуковое, или буквенное, письмо.

В действительности процесс ни в коем случае не был таким простым и прямолинейным. В *идеографическом письме* более или менее сложная мысль выражается одним рисуночным знаком. Эта мысль может соответствовать предложению, но не обязательно. Содержание мысли может быть установлено только в общем, по смыслу, и ни в коем случае не по точному звучанию слов. Для того чтобы читать такое письмо, в каждом случае знание данного языка необязательно, так как общий смысл в какой-то степени ясен из самих рисунков.

В *словесном письме* каждое отдельное слово изображается особым рисуночным знаком. Это чрезвычайно важный шаг вперед по сравнению с исходным идеографическим письмом, потому что словесное письмо не передает общий смысл сказанного, а фиксирует сказанное пословно и, следовательно, передает не приблизительный смысл, а точное звучание. При этом иногда ради простоты вместо целого рисовали характерную его часть, для принципиально неизобразимых понятий применяли «звуковой ребус».

Таким образом уже на самых ранних этапах в письменность закладывалась образность. Эти три элемента — изображение чувственно воспринимаемого (конкретного) посредством рисунка целого или его части, описание чувственно не воспринимаемого (абстрактного) посредством символа, передача звучания звуковым ребусом — постоянно наблюдаются в самых различных системах письма самых различных районов Земли в самые различные исторические эпохи.

Следующая за словом меньшая звуковая единица, которой овладевает пишущий человек, — *слог* (который, правда, может состоять всего из одного гласного). «Открытие» слога — явление, отнюдь не само собой разумеющееся во всех языках, потому что эта абстрактная и не обладающая наглядностью составная часть слова, особенно в длинных словах, не имеет для говорящего и пишущего значения чего-то самостоятельно существующего, как, например, наглядное, образное слово. Представление о слоге прежде всего вырабатывается в языках с правильным следованием согласных и гласных, как, например, в итальянском слове "каса" - "дом", а не в таких, как, например, русское *всплеск* с нагромождениями согласных. Возможность писать отдельными слогами осуществима в языках, в которых имеется большое количество односложных слов, применимых в качестве знаков для слогов, так как для примитивного человека слог, если он осознаваем, приобретает значимость отдельного слова.

Наиболее ранним образно-символическим письмом является клинопись, созданная в четвертом тысячелетии до нашей эры древним народом — шумерами. Позже клинопись стала применяться в Ассирии, Вавилонии, Армении и у других народов.

В VI веке до нашей эры клинопись усвоили персы. Наряду с обозначением целых слов они стали обозначать определенными фигурами отдельные звуки речи, однако к алфавиту не перешли. К образно-символическому письму относятся также китайские иероглифы, появление которых отмечается в третьем тысячелетии до нашей эры. Основой

китайских иероглифов являются упрощенные изображения различных предметов. Особенно хорошо это видно в древнейшем китайском письме. Впоследствии иероглифы, выполнявшиеся, как правило, с помощью кисточки тушью на бумаге, в значительной степени утратили сходство с изображаемым предметом.

Для обозначения отвлеченных понятий и глаголов в древнейшем китайском письме широко использовались сочетания иероглифов, изображающих материальные предметы. Так, например, глагол «рвать» обозначался знаком «дерево» и расположенным над ним знаком «рука», слово «светлый» изображалось сочетанием знаков «солнце» и «месяц», глагол «петь» — знаками «рот» и «птица», «слушать» — знаками «дверь» и «ухо». Иероглифическая письменность сохранилась до настоящего времени и существует в трех странах мира — Китае, Японии и Корее.

В Древнем Египте также было создано иероглифическое письмо. Иероглифические надписи уже встречаются на памятниках и в пирамидах, сооруженных египтянами около трех тысяч лет до нашей эры. Древнеегипетские иероглифы представляют, как правило, знаки, начертание которых точно воспроизводит форму обозначаемого предмета.

Постепенно форма иероглифов упрощалась и изображения предметов приобретали все большую условность. Таким образом появилось созданное жрецами так называемое иератическое письмо. Наконец, самой упрощенной формой египетских иероглифов явилось демотическое письмо — гражданская скоропись, знаки которой лишь отдаленно напоминали обозначаемые ими предметы. Особенности каждого из трех видов египетского иероглифического письма хорошо видны при сопоставлении знаков «сова». Левый знак, наиболее подробно воспроизводящий форму предмета, относится к иероглифическому письму, средний, упрощенный, — к иератическому и правый, почти утративший связь с исходной формой, — к демотическому письму.



Древние египтяне почти, решили проблему перехода от образно-символического письма к звуковому — фонетическому. Со временем иероглифы стали применяться для обозначения слогов, а потом и звуков. Для этого использовались иероглифы, начальные звуки названий которых совпадали с требуемым звуком.

Всего у египтян насчитывалось до двадцати пяти таких букв, однако полный переход на фонетическое письмо ими осуществлен не был.

Наиболее развитой формой письменности является **фонетическое письмо**, где каждый звук (фонема) изображается отдельным знаком (графемой). Заимствованное у финикийцев буквенное письмо послужило основой для греческого алфавита, на базе которого были созданы формы знаков европейских шрифтов. Окончательный вид буквенному письму придали латиняне в 1 веке до н. э. С тех пор графема (схема) букв западного (латинского) шрифта практически не менялась.

Русский алфавит— КИРИЛЛИЦА – произошел от старославянского письма. В 863 или 864 г. н. э. византийский император и патриарх Фотий отправили в Моравское княжество (Чехословакия) по их просьбе двух ученых людей из греческого города Солуня (Салоники) – Константина, прозванного за ученость Философом (к концу жизни он перешел монашество и принял имя Кирилл) и его старшего брата Мефодия, чтобы научить тамошних славян, принявших христианство, богослужению на славянском языке. Братья хорошо знали славянские наречия. Они перевели с греческого языка на славянский основные богослужебные книги, с которыми, взяв с собой учеников и помощников, отправились в Моравию, где вели переводческую и просветительскую деятельность. Переводы были сделаны на древнеболгарском языке, позднее его стали называть церковнославянским, так же называли саму письменность и использованный в ней алфавит. Специально для записи перевода Кирилл и Мефодий создали два алфавита на базе греческого. Это КИРИЛЛИЦА и ГЛАГОЛИЦА. Предполагают, что кириллица – более новая азбука и создал ее Константин, поэтому она носит

его имя. Глаголица же (или от слова «глагол» - слово, речь, или от названия четвертой буквы – «глаголь») либо употреблялась в беглом деловом письме, либо была «тайнописью», как средство защиты восточного, византийского христианства в борьбе с римским католическим влиянием. Само слово АЗБУКА образовано по типу слова «алфавит» - из названий двух первых букв – АЗ и БУКИ (употреблялось также слово «абевега»). Глаголица просуществовала недолго и исчезла из употребления.

Римляне усовершенствовали греческий алфавит в целях соответствия его своему языку и создания определенного стиля для документов и рукописей по всей империи. С возникновением христианства ощущалась потребность в письменных источниках, так что в течение нескольких сотен лет происходило развитие различных стилей и форм письма.

В V веке книги на латинском языке писались преимущественно унциальным шрифтом. Это стиль письма прописными (заглавными) буквами. Буквы при этом имеют закругленные очертания и не соединяются друг с другом. Из этого шрифта развились современные заглавные буквы. В период с IV по VIII век унциальный шрифт стал общепринятым в церковном обиходе, в Англии и Ирландии этим шрифтом, именуемым островным шрифтом, были написаны такие шедевры, как Ландсфарнское Евангелие и "Книга Кельтов". Отдельные шрифты, восходящие к унциальному, возникли в других частях Европы. В VIII веке по указанию императора Карла Великого был создан стандартный книжный шрифт, используемый во всех официальных документах. Выросший на основе ряда предшествующих письменных форм, этот новый шрифт получил название каролингского (карловингского или Каролинского) минускула. Именно возникновение каролингского письма явилось началом использования заглавных букв совместно с маленькими строчными буквами.

В добавление к широкому использованию этого нового шрифта развивались и другие стили. Для рукописей, в которых в минимальный объем нужно было вместить как можно больше текста, подходил убористый

готический шрифт. Он был популярен в Северной Европе, но писцы в Южной Европе его недолюбливали, считая достоянием варваров.

В Италии была тенденция к созданию более удобной для скорописи манеры письма — такой, которая казалась более соответствующей веку науки и духу учености. Возник угловатый белый тип письма, в основе которого остались каролингские минускулы. Он известен как курсив.

В 18 в. широкое распространение получил АНГЛИЙСКИЙ РУКОПИСНЫЙ ШРИФТ, ставший основой европейских курсивов.

В 1815 г. появились первые новые начертания антиквы с засечками прямоугольной формы – так называемый ЕГИПЕТСКИЙ ШРИФТ.

В 1832 г. был возрожден рубленый шрифт – ГРОТЕСК, образованный от узкого античного шрифта (древнего шрифта римских печатей) – линейной антиквы. Рубленые шрифты как наиболее четкие и простые по конструкции, очень функциональные, получили особенную популярность и распространение в XX веке, когда рубленый шрифт стал «шрифтом века».

### **ВИДЫ И ГРУППЫ ШРИФТОВ**

В практике художников-шрифтовиков принято различать понятия *стили письма* («почерки») – графика рукописных допечатных ш. и *виды шрифта* – начертания и особенности построения основных групп наборных ш. в исторической последовательности.

Рукописный шрифт – это написанный (рисованный от руки) шрифт любого начертания, а также типографский шрифт, имитирующий буквы, написанные от руки. Вплоть до изобретения книгопечатания рукописные шрифты были практически единственной формой шрифтов. Среди рукописных различают скорописные и каллиграфические (то есть шрифты, выполненные четко, разборчиво и красиво). В шрифтах, имитирующих скоропись или каллиграфию, характерным является особая форма некоторых букв – более округлая, с межбуквенными соединительными элементами и элементами, выступающими за линию строки. Рукописный шрифт, пожалуй, самый распространенный и доступный вид шрифта. Преимуществом его

является скорость написания. Рисунок букв логично связан с тем или иным рукописным инструментом. Соотношение основных и дополнительных штрихов букв как бы вытекает из-под пера или кисти, воспроизводя буквы с определенным внутренним ритмическим строем, зависящим от постоянного угла письма.

Все наборные ш. по своему назначению делятся на *текстовые*, *титульные* и *акцидентные* (это деление несколько условно). Текстовые ш. предназначены для набора основного текста печатных или электронных публикаций и имеют сравнительно мелкий (6-12 пунктов) размер. Титульные ш. более крупного (4-48 пунктов) размера применяются для набора обложек, титулов, рубрик, колонтитулов, заголовков и различных акцидентных работ. Многие комплекты наборных шрифтов содержат титульные ш. (по размеру), другие же являются только титульными (титульные, капитальные, инициальные). Шрифты мелких и крупных размеров одной и той же гарнитуры могут быть использованы: первые - как текстовые, вторые – как титульные. Акцидентные ш. – преимущественно декоративные, имитационные, а также особо крупных размеров используются для оформления продукции малых форм (дипломов, приглашений, этикеток, рекламных листовок и т.д.). Плакатные и афишные ш. также относят к акцидентным.

Наборные шрифты всех основных типов объединены по общим графическим признакам в следующие группы:

**Группа рубленых шрифтов.** Гарнитуры: журнальная рубленая, газетная рубленая, древняя, рубленая, плакатная, букварная, Агат. К этой группе относятся шрифты, не имеющие засечек.

**Группа шрифтов с едва наметившимися засечками.** Гарнитуры: акцидентная Телингатера, Октябрьская. К этой группе относятся гарнитуры с несколько утолщенными концами штрихов (с некоторым подобием засечек).

**Группа медиевальных шрифтов.** Гарнитуры: литературная, заголовочная газетная, Банниковская, Лазурского, Ладога. К этой группе

относятся гарнитуры с умеренной контрастностью штрихов, с засечками в виде плавного утолщения концов основных штрихов, чаще всего приближающихся по своей форме к треугольнику, преимущественно с наклонными осями округлых элементов букв.

**Группа обыкновенных шрифтов.** Гарнитуры: обыкновенная новая, обыкновенная, северная, Елизаветинская, Бодони книжная, Кузаняна, Байконур. К этой группе относятся гарнитуры с контрастными штрихами с длинными, тонкими засечками, соединяющимися с основными штрихами под прямым углом, иногда с легким закруглением; округлые буквы с вертикальными осями.

**Группа брусковых шрифтов.** Гарнитуры: брусковая газетная, Балтика, Хоменко, Реклама. К этой группе относятся гарнитуры с неконтрастными или малоконтрастными штрихами, с длинными засечками, соединенными с основными штрихами под прямым углом или с легким закруглением.

**Группа новых малоконтрастных шрифтов.** Гарнитуры: новая газетная, школьная, Бажановская, журнальная, академическая, Пискаревская, Кудряшевская словарная, Кудряшевская энциклопедическая, Баченаса, новая журнальная, Малановская. К этой группе относятся гарнитуры, имеющие малоконтрастные штрихи с длинными засечками, преимущественно с закругленными концами, соединенными с основными штрихами под прямым углом или с легким закруглением.

**Группа дополнительных шрифтов.** Гарнитура Рерберга. К этой группе относятся шрифты, построение и характер рисунка которых сильно отличаются от шрифтов шести основных групп.

В каждой группе наборные ш. подразделяются на *гарнитуры*. ГАРНИТУРА – полный комплект всех знаков наборного ш., объединенных общим характером (стилем) рисунка и единством формообразования. Каждая гарнитура имеет отдельное наименование. Комплектность гарнитур разных шрифтов различна и зависит от назначения шрифта. Классическая гарнитура ш. включает в себя алфавит (иногда на двух или нескольких графических

основах), цифры, знаки пунктуации и диакритические знаки, знаки сложного набора и символы.

## **АНАЛИЗ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ ШРИФТОВ**

Алфавит, буквы которого имеют общую закономерность своих начертаний, называется шрифтом.

Буквы алфавита являются не случайными фигурами, произвольно намеченными изобретателем. Каждая буква современных нам алфавитов представляет собой результат длительного, иногда весьма сложного развития, и ее форма имеет глубокие исторические корни. В большинстве случаев прообразом современного начертания буквы является изображение конкретного материального одушевленного или не одушевленного предмета.

Шрифт как конкретное воплощение алфавита непосредственно связан с инструментами и материалами, с помощью которых осуществляется письмо. Он в большей степени, чем алфавит, обуславливается материальной культурой общества и его эстетическими нормами, вследствие чего вместе с ними шрифт постоянно претерпевает заметные изменения.

В результате длительного развития первичные примитивные знаки письма превратились в современные буквы, имеющие строго закономерные гармоничные формы, воплощающие в себе решение сложного комплекса задач функционального, эстетического и технологического порядка.

Основное назначение букв — обозначение звуков речи для ее фиксации и воспроизведения.

Этому назначению удовлетворяют любые знаки, достаточно хорошо отличающиеся один от другого, количество которых соответствует количеству звуков речи.

Если такая система знаков могла бы быть внезапно изобретена, то форма знаков — букв могла быть самой произвольной. Однако современные алфавиты являются результатом сложного развития письменности на протяжении многих тысячелетий.

Алфавит является основой наиболее совершенной системы письменности — фонетического письма — и возник как продукт развития иероглифического письма, которое развилось из менее совершенных систем письменности. Поэтому начертание каждой буквы является не произвольным — оно получилось путем упрощения определенного иероглифа, прообразом которого, как правило, являлась форма какого-либо материального предмета. В значительной степени форма букв обязана своим происхождением также технологии их воспроизведения, инструментам и материалам, с помощью которых делались надписи.

Форма букв латинского алфавита также определилась способом их написания. Для письма римлянами использовались воощенные доски, на которые знаки наносились с помощью стилоса. Стилос представлял собой костяную, деревянную или металлическую палочку, один конец которой был заострен, а другой имел вид лопаточки. Острым концом писали на восковой поверхности, а плоским в случае необходимости уничтожали надписи, заглаживая их.

Для крупных надписей использовался лопатообразный конец стилоса, который располагался под некоторым углом к строке. В этом случае при проведении линии сверху вниз и справа вниз по диагонали получали широкую черту, а при проведении линии снизу вверх и снизу вправо по диагонали черта получалась тонкой. Все горизонтальные элементы также выходили тонкими, а при проведении замкнутых округлых форм последние получали характерные утолщения. Латинские надписи выполнялись и плоской кистью, дававшей примерно такие же формы литер.

При выполнении надписей на камне привычное соотношение толщин элементов литер сохранялось. Техника высекания надписей на камне внесла новый элемент в структуру латинских букв — так называемые подсечки, или серифы. Подсечки представляют собой тонкие поперечные штрихи, завершающие прямолинейные элементы и несколько выступающие в стороны. Наибольшее распространение имели углубленные надписи на

камне, требующие для своего выполнения значительно меньше труда по сравнению с выпуклыми. Резчики по камню завершали прямолинейный элемент ударом резца, ширина которого, как правило, превосходила ширину элемента. При этом происходил откол части кромки элемента, дававший характерное закругление в месте примыкания подсечки. С течением времени подсечки стали неотъемлемым элементом латинского алфавита.

Книгопечатание оказало огромное влияние на развитие шрифта, предъявив особые требования к его начертанию. Так, например, тонкие волосные штрихи, имевшие место в рукописных буквах и легко выполняемые пером, в типографских шрифтах потребовали утолщения, так как их труднее было гравировать на пуансонах и они плохо пропечатывались.

Форма букв, каждая из которых предназначалась для многократного повторения, стала тщательно прорабатываться. Начертания литер постепенно приобретали строгую закономерность. Для изданий различного назначения и для отделения различных текстов друг от друга появилась необходимость в разработке шрифтов разных размеров и рисунков. Начертанию шрифтов стали придавать огромное значение.

Основным функциональным назначением всякого шрифта является его удобочитаемость.

Удобочитаемость обеспечивается единством двух качеств шрифта: индивидуальностью знаков и общностью их начертаний. Каждая буква алфавита должна иметь свою индивидуальность и отличаться от других букв начертанием, облегчающим опознание ее в строке. Одновременно формы всех букв должны иметь общие черты, связывающие их в единую систему. Эти общие черты букв алфавита содействуют улучшению условий чтения.

Исторические основы формообразования буквы являются главными принципами, которыми необходимо руководствоваться в работе над шрифтами. Помимо этих общих принципов существуют другие закономерности, обуславливающие структуру шрифта и форму его букв:

- 1) размеры и пропорции букв,



- 2) контраст литер в тексте,
- 3) контраст элементов в букве.

Размеры букв в значительной степени определяются расстоянием, с которого они читаются. Возможности невооруженного глаза определили границы оптимальных размеров печатных шрифтов, которые, с одной стороны, отличаются достаточной убористостью, а с другой — не утомляют зрения. Размеры типографского шрифта связаны с шириной литер. Наименьшим из употребительных размеров типографских шрифтов является кегль 6, называемый еще нонпарелью.

Основная часть букв в большинстве шрифтов имеет общие пропорции. Почти все буквы алфавита, как правило, имеют высоту больше их ширины.

Шрифт, буквы которого по размерам и форме мало отличаются друг от друга, выглядит монотонным и скучным. Он требует напряженного внимания, что утомляет читателя. Этот недостаток устраняется выделением с помощью различных приемов отдельных букв. Выделение отдельных букв алфавита должно быть подчинено общей графике и метрическим закономерностям данного шрифта. Текст, состоящий из разнородных, резко отличающихся друг от друга букв, лишенных гармонической общности в начертании элементов, «беспокоит» глаз и утомляет читателя не менее чем текст из монотонных и однообразных букв. Случайно попавшая в текст буква другого шрифта резко выделяется из общего текста. Выделение букв алфавита достигается различными приемами. Например, некоторые буквы делаются заметно шире ряда других. Особенно это характерно для русского алфавита: *Ж, Ф, Ш, Щ, Ы, Ю*.

В латинском алфавите есть много букв уменьшенной ширины: *E, P, I, J*,  
2. 5.

В латинском и русском алфавите имеются буквы, возвышающиеся над строкой, и буквы, у которых некоторые элементы уходят ниже строки.

Контраст в надписи достигается наличием в алфавите букв, состоящих из прямолинейных элементов; букв, имеющих криволинейные элементы;

букв, состоящих целиком из разомкнутых кривых, и букв, имеющих замкнутые кривые.

В русском алфавите буквы *Ж, Н, О, П, Т, Ф, Ш* имеют симметричную форму. В латинском алфавите симметричных букв значительно меньше.

Заглавные буквы содействуют выразительности текста. В большинстве языков по правилам правописания с заглавных букв начинаются первые слова предложения и собственные имена. В некоторых языках с заглавных букв начинаются все имена существительные, что улучшает восприятие текста.

Удобочитаемость текста зависит также от легкости восприятия каждой буквы. С этой целью стремятся сделать контрастным рисунок каждой буквы, то есть обеспечить четкое различие между ее элементами. Контрастность рисунка буквы достигается применением элементов различной формы и толщины. Однако основным признаком контрастности является разница в толщине основных и дополнительных элементов буквы. Надпись, которая состоит из букв с малой разницей в толщине главных и вспомогательных элементов, выглядит монотонно. Слишком большой контраст между элементами букв создает беспокойное впечатление.

Одним из приемов обеспечения выразительности шрифта, исторически связанным с техникой воспроизведения надписей вручную, является наклон букв. Наклон букв придает надписи динамичность. Наклон букв вправо появился как результат стремления ускорить процесс письма и является как бы графическим выражением этого стремления. Наиболее простым приемом получения единства облика шрифта является применение в различных буквах одинаковых, точно повторяющихся элементов. Этой особенностью отличаются, например, шрифты: образцовый академический и латинский романский. Все буквы такого шрифта можно легко объединить в небольшое число групп, в которых точно повторяются родственные начертания. В подобном шрифте одна буква легко превращается в другую путем прибавления одних элементов и исключения других.

К средствам достижения удобочитаемости и выразительности также относится выделение предложений с помощью прописных букв и знаков препинания, различная толщина буквенных элементов и т.д.

Итак, выделим наиболее существенные признаки формообразования шрифтов (особенно наборных), обеспечивающих индивидуальный характер, логику построения, удобочитаемость каждого комплекта шрифта. Важнейшими из этих признаков являются плотность и светлота.

Пропорции знаков ш. определяют его плотность, которая зависит от отношения ширины каждой буквы к ее высоте. По плотности ш. подразделяются на *узкие, нормальные и широкие*. Плотность шрифта считают по формату средней буквы (обычно буквы Н). Ориентировочно (с небольшими колебаниями) нормальное начертание имеет плотность 3:4; узкое – от 5:8 до 1:2; широкое – от 7:8 до 1:1;

По насыщенности (или светлоте) различают *светлое, полужирное и жирное* начертание. Насыщенность ш. зависит от определенного отношения ширины основного штриха каждой буквы к ее внутрибуквенному просвету; в основу определения светлоты ш. положено отношение ширины основного штриха средней буквы к внутрибуквенному просвету. Ориентировочно светлый шрифт определяется соотношением от 1:4 до 1:2; полужирный – от 1:1,5 до 1:1; в жирном ш. внутрибуквенный просвет уже толщины основного штриха.

Важными характеристиками, определяющими группировку наборных шрифтов, являются контрастность, наличие и форма засечек.

Контрастность шрифта зависит от соотношения толщины основных и соединительных штрихов в буквах. По этому признаку шрифты делятся на *неконтрастные, малоконтрастные, контрастные и особоконтрастные*. Для контрастных ш. максимальное соотношение толщин основных и соединительных штрихов примерно равно 1:3, для малоконтрастных и неконтрастных соответственно 2:3 и 1:1.

Засечки (серифы) букв, как уже упоминалось, могут быть разнообразных форм и размеров. Основные группы засечек следующие: а) длинные тонкие – сопряженные с основным штрихом или без сопряжения; б) короткие утолщенные – сопряженные с основным штрихом или без сопряжения; в) брусковые (прямоугольной формы) с сопряжением или без, тоньше основного штриха, одной толщины с основным штрихом или толще основного штриха; г) клиновидные – имеющие форму усеченного треугольника с прямыми, вогнутыми или (редко) выпуклыми сторонами.

Масштабность – еще одна характеристика шрифта в практическом использовании. Наборные шрифты различают по размеру, который называется кеглем. Кегль определяется высотой очка буквы, включая заплечики – выносные элементы.

Наборные шрифты имеют два начертания: прописное и строчное, которые используются в обычном смешанном наборе. Набор прописными буквами используют обычно для заголовков и выделений в тексте.

Кроме того, наборные шрифты имеют обычно прямое и наклонное начертание. Наклонный шрифт в этом случае называется курсивом. Курсивы также применяют для выделений.

### **ЭЛЕМЕНТЫ ПОСТРОЕНИЯ ШРИФТА.**

Для практической работы со шрифтом – письма, каллиграфии, рисования, копирования и разработки новых шрифтов – необходимо знать структурные элементы и правила формообразования шрифта. Комплект шрифта представляет собой набор знаков – букв, расположенных в алфавитном порядке. Рисунок каждой буквы складывается из нескольких элементов. Текст выстраивается из букв и других знаков шрифта с помощью вспомогательных линий и размерных отношений.

Буква состоит из некоторого числа типовых (для каждого отдельного шрифта) элементов, называемых штрихами. Основные штрихи, или штамбы, образуют графическую основу буквы. Основные штрихи соединяются между собой при помощи прямых горизонтальных или наклонных соединительных

штрихов. Дополнительные штрихи аналогичны соединительным, но они не связывают элементы букв. Наиболее разнообразны различные концевые элементы, придающие шрифту индивидуальность и декоративность. Серифы служат визуальными направляющими, подчеркивающими линию строки. Наконец, в разных алфавитах существует некоторое количество диакритических знаков, не соединенных с другими штрихами букв. Между главными штрихами каждой буквы находится область, называемая внутрибуквенным просветом. Внутрибуквенные просветы имеют разную конфигурацию, размеры их зависят от пропорций и плотности шрифта. Существует также оптическое поле буквы – условная область, включающая в себя силуэт буквы, внутрибуквенный просвет и часть пространства, выходящего за пределы внешних контуров буквы. Оптическое поле воспринимается только визуально. Еще два важных элемента шрифтовой надписи – межбуквенный пробел и междустрочие. Межбуквенный пробел – это также оптическое поле, включающее в себя промежуток между двумя соседними буквами и примыкающие друг к другу участки оптических полей. Поскольку межбуквенные пробелы тоже имеют разную конфигурацию, от них зависит правильная расстановка букв в строке. Междустрочие определяет расстояние между соседними строками с учетом верхних и нижних выносных элементов букв. Размер междустрочия считают от линии шрифта одной строки до верхней линии строчных букв следующей строки. Нижние выносные элементы строки при этом не должны соприкасаться с верхними выносными элементами следующей строки.



Элементы букв: 1. Основной штрих. 2. Дополнительные штрихи (вспомогательный и соединительный). 3. Засечка (сериф). 4. Округлый элемент с наплывом. 5. Выносные элементы (верхний и нижний). 6. Внутрибуквенный просвет. 7. Концевые элементы. 8. Диакритический знак. 9. Высота прописных букв (корпус). 10, Высота строчных букв. 11. Оптическое поле буквы (заштриховано).

Элементы надписи: 12. Межбуквенный пробел (оптическое поле). 13. Междустрочное расстояние. 14. Длина строки (в многострочном тексте — ширина шрифтовой полосы).

## ПРАКТИКА ВЫПОЛНЕНИЯ РУКОПИСНЫХ ШРИФТОВ

Прежде чем приступать к творческой работе со шрифтом, необходимо овладеть навыками написания шрифтов различными перьями и кистями и приемами построения классических шрифтов.

Как мы видели, характер начертания (стиль, почерк) букв зависел от инструментов и материалов письма, а также от техники исполнения. Рукописные и каллиграфические шрифты в европейской традиции выполнялись обычно на пергаменте или бумаге ширококонечным инструментом (перьями, кистями). Эта техника определила контрастность

штрихов, наличие связей между буквами, характер концевых элементов и оптимальный наклон шрифта.

Инструменты и материалы письма

Однако они четко разделяются на несколько видов.

•**Рондо** - обозначает как каллиграфический стиль, так и форму пера. Это наиболее распространенный вид пера, он имеется в продаже. Номера варьируются от 0, самого широкого, до 6, самого узкого, и между этими номерами предусмотрены полуразмерные перья (1/2). Перо может иметь в конце либо прямой, либо косой срез. Чернильные контейнеры для перьев рондо продаются отдельно, но они имеют один и тот же размер для всей серии.

•**Плакатное перо.** Эти перья расширяют набор рондо, давая возможность вычерчивать самые толстые линии — в 12 мм шириной.

•**Шрифтовое перо** имеет закругленный конец и дает четкую линию одинаковой толщины, в которой отсутствуют более водянистые участки, характерные для линий, проводимых перьями с прямым срезом. Последние используются чаще всего для изготовления плакатов.

Существуют и другие виды перьев, но перечисленных вполне достаточно, чтобы овладеть навыками художественного письма.

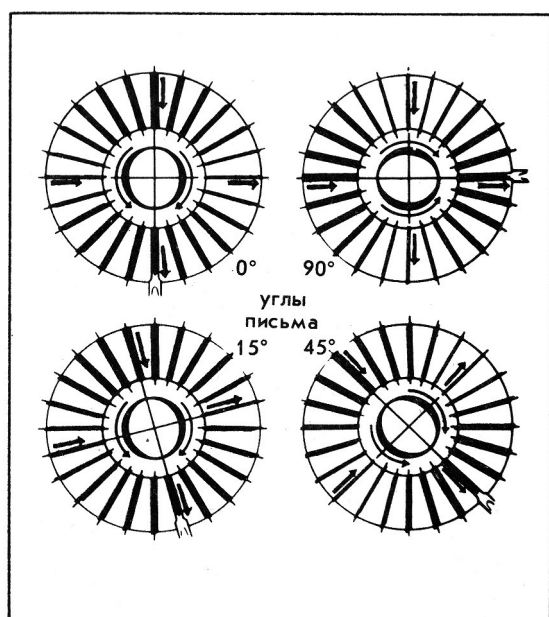
Кроме перьев можно пользоваться кистями. Пара колонковых кисточек понадобится для заправки пера чернилами и для проведения тонких линий при украшении букв и постановки засечек в конце штрихов. Необходимо также иметь широкие плакатные кисти. Они незаменимы для каллиграфического письма и заменяют металлические перья.

Бумагу лучше взять чертежную, продающуюся в папках, формата А4. перед работой ее можно обезжирить, протерев ваткой со спиртом.

Упражнения по технике работы ширококонечным пером

Овладение шрифтовыми ширококонечными инструментами: перьями (рондо, птичьими, тростниковыми, деревянными, плакатными) и плоскими кистями необходимо уже на первом этапе работы. Для выполнения

упражнений возьмем плакатные перья или неширокие плоские кисти (по желанию). Из анализа изучаемых стилей видно, что главным отличительным признаком каждого из них является угол письма, т. е. угол наклона пера по отношению к горизонтальной линии строки. В наших упражнениях, поскольку мы еще не приступали к воспроизведению определенных стилей, условно принимаем положения пера, соответствующие углам письма, равным 0, 90, 45 и 15°. Циркулем вычерчиваем четыре круга и с помощью транспортира делим их тонкими линиями на сектора с углом, равным 15°. Таким образом получаем необходимое число лучей, которые являются направляющими осями для отрезков прямых линий, выполняемых пером. Обязательным условием является сохранение постоянного положения листа и руки исполнителя при выполнении каждого упражнения. Только при соблюдении этого неперемного условия линии, образуемые пером, будут равномерно набирать толщину — от тончайшей до самой жирной. Впоследствии при написании букв сохранение постоянного угла письма обеспечит необходимое соотношение штрихов, наличие или отсутствие наклонов в округлых элементах.



Выполнив все прямые линии, напишем в свободной центральной части округлую букву «О» или любую другую, сохраняя то же положение пера —



0°. Остальные упражнения с углами письма в 90, 45 и 15° выполняются аналогично первому и начинаются с проведения тончайшей линии (для угла 90° — с широчайшей), с тем чтобы рука сразу занимала нужное положение. Все линии выполняются последовательно одна за другой по часовой стрелке, движением руки слева направо и сверху вниз.

После отработки проведения штрихов разного направления можно приступить к написанию отдельных элементов букв. Лист расчерчивается на строки равной высоты с промежутками примерно в полстроки. В качестве образца лучше взять простой наклонный рукописный шрифт, для ориентировки в строках можно наметить несколько наклонных линий. Наклон обычно составляет 75° к линии шрифта.

Перед тем, как приступить к работе пером, полезно сделать следующее упражнение. Свяжите вместе два карандаша. Таким образом, у вас получатся два пишущих кончика, которые соответствуют сторонам элемента буквы. Эти карандаши не должны быть очень длинными — просто удобными; кроме того, вам нужно будет срезать грани обеих карандашей, чтобы они могли плотно прилегать друг к другу. Обмотайте карандаши клейкой лентой. Начните с наклона кончиков обеих карандашей под углом около 30° над горизонтальной поверхностью. Это соответствует углу, с которым наиболее часто работают пером. Не меняйте этого угла на протяжении всего упражнения. Перерисуйте примеры простых вертикальных и горизонтальных линий. Не забывайте, что карандаши лучше вести по направлению к себе, а не двигать ими беспорядочно. Попрактиковавшись изображать прямые линии, переходите к кривым, затем к написанию целых букв. Это упражнение полезно тем, что оно наглядно показывает, как изменяется толщина линии при изменении направления движения.

Теперь можно приступать к работе пером. Начинать нужно с отработки основных прямолинейных штрихов с равными промежутками, затем отработать написание горизонтальных соединительных штрихов, потом косых прямолинейных и, наконец, округлых. На следующем этапе можно

поупражняться в написании вертикальных штрихов, переходящих внизу или вверху в горизонтальные, вертикальных штрихов, переходящих внизу направо в петлю и петли, переходящей сверху вниз в вертикальный штрих. После этого можно отработать другие комбинации штрихов, включая округлые и концевые элементы, и потом научиться писать поэтапно целые буквы. Наконец можно, расчертив лист и оставив достаточные междустрочия, копировать шрифт целиком, включая прописные, строчные буквы и цифры.



Те же самые упражнения и их последовательность применяют для копирования шрифта типа рондо круглоконечным пером, то есть уже без изменения толщины штрихов.

Техника работы ширококонечными инструментами при выполнении текстов предъявляет к исполнителю следующие требования: сохранение постоянного угла письма (исключение составляет выполнение «неправильных» элементов в буквах N, M, Ж, Я), постоянное положение руки и глаз по отношению к листу; по мере заполнения лист перемещается вверх, а рука остается в прежнем положении (если размеры шрифтового плаката велики, то в таком случае исполнителю необходимо все внимание сосредоточить на соблюдении угла письма, оставляя плакат неподвижным).

Работать лучше на наклонной доске или специальном пюпитре; это обеспечивает наиболее удобное положение пишущего по отношению к пишему материалу, орудия письма — к листу; лист надо располагать

привычно, как тетрадь, слегка наискосок, наклон доски следует выбрать такой, при котором перо легко скользит по бумаге и обеспечивается равномерный сток краски.

## **ПОСТРОЕНИЕ АЛФАВИТА**

Так же как и построение архитектурных форм, построение начертаний букв базируется на строгой геометрической основе. Исходным элементом этой основы является строка, верхняя и нижняя линии которой определяют высоту букв и их расположение в надписи. Основным элементом построения букв является средняя линия строки, положение которой зависит от принятого членения букв по высоте. Средняя линия определяет положение поперечных элементов букв. Как правило, эта линия проходит несколько выше середины строки. Иногда она делит высоту буквы в золотом сечении. В некоторых шрифтах эта линия проходит точно посередине высоты. Но чаще всего в буквах одного и того же шрифта можно отметить наличие всех трех линий. Следующим характерным элементом геометрического построения шрифта является местоположение боковых линий букв. Эти линии, пересекаясь с верхней и нижней линиями строки, образуют четырехугольники, в которые вписываются буквы. Чаще всего боковые линии вертикальны и делят строку на прямоугольники. Соотношение высоты и ширины прямоугольника или параллелограмма, в который должна быть вписана буква, определяется в основном пропорциями, принятыми для данного шрифта.

Следует отметить, что соотношение высоты и ширины букв берется, как правило, кратным какой-либо определенной единице, называемой модулем. Чаще всего в качестве модуля принимается ширина стоек и главных элементов буквы. Для удобства построения букв на исходные прямоугольники рекомендуется нанести сетку в модульных единицах.

Итак, отношение высоты и ширины буквы определяет ее общие пропорции. По этим пропорциям строится прямоугольник, на который

наносится модульная сетка. Модульная сетка выявляет положение, форму и пропорции отдельных элементов букв. Все центры окружностей, оси и точки сопряжения также привязываются к модульной сетке. Модульная сетка является геометрической основой буквы и помогает определять общие пропорции буквы, ее членение и форму ее частей.

К элементам геометрической основы построения букв относятся вертикальные и горизонтальные оси симметрии. В рассматриваемой системе линии строки и боковые линии букв определяют размеры и общие пропорции букв. Средняя линия строки определяет основное членение букв, а модульная сетка уточняет закономерность пропорций остальных элементов литер, и в первую очередь ширину стоек и главных элементов. Оси симметрии уточняют начертания большой группы симметричных букв и служат линиями, на которых обычно располагают центры букв, определяющих очертания криволинейных элементов букв.

Существует и другая система геометрической основы буквы — квадрат с вписанной в него окружностью и проведенными в нем диагоналями и прямыми, проходящими через все точки касания. Ширина букв в этом случае определяется особыми построениями и в большей степени связана с общим начертанием литеры, нежели в буквах, построенных на основе модульной сетки.



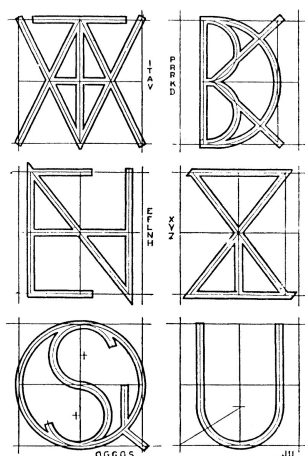
Помимо общих геометрических построений, рассмотренных выше, существуют построения, связанные с определением точного начертания отдельных элементов букв. Построение прямых элементов осуществляется по модульной сетке и не представляет труда. Более сложными являются построения криволинейных элементов. Часто криволинейные элементы проводятся как дуги окружности. Но чаще всего форма криволинейных элементов более сложна и требует ряда особых построений. Наиболее близкой к окружности кривой является эллипс, который широко применяется в шрифтах. Однако точное построение эллипса сравнительно сложно, и почти всегда они заменяются овалами, которые очень близки по форме к эллипсам и легко строятся с помощью циркуля. Плавность и гармоничность криволинейных очертаний элементов букв, состоящих из отдельных дуг, окружностей, проведенных разными радиусами, обеспечиваются прежде всего тем, что эти дуги геометрически точно сопрягаются между собой. Центры окружностей и точки сопряжений обычно увязываются с модульной сеткой, что в еще большей степени обеспечивает цельность формы буквы.



Вычертив алфавит карандашом и приступая к его обводке и заливке тушью, необходимо вносить коррективы в размеры, форму, направления и соединения штрихов на глаз, с учетом зрительного восприятия. Округлые буквы (О, С) должны чуть выступать за верхнюю и нижнюю линии строки. Остроконечные элементы букв (А, М) должны выступать за верхнюю линию строки. Наклонные штрихи равной толщины с основными штрихами нужно делать чуть тоньше модуля, соответствующие по толщине соединительные

штрихи – еще тоньше. Верхние горизонтальные элементы некоторых букв (Б, Е) делаются короче общей ширины буквы. Основные вертикальные штрихи рекомендуется еле заметно сужать снизу вверх. Вручную выравниваются (делаются более плавными) циркульные сопряжения элементов. Прямолинейные штрихи чуть сужают в направлении их взаимного пересечения. Есть и много других корректив, меру которых определяет глаз художника.

Кроме построения по модульной сетке существуют другие способы геометрического построения шрифта, например, полиграммы. Наиболее простым приемом получения единства облика шрифта является применение в различных буквах одинаковых, точно повторяющихся элементов. Этой особенностью отличаются, например, шрифты: образцовый академический и латинский романский. Все буквы такого шрифта можно легко объединить в небольшое число групп, в которых точно повторяются родственные начертания. В подобном шрифте одна буква легко превращается в другую путем прибавления одних элементов и исключения других. Для изображения таких шрифтов нередко пользуются полиграммами — знаками, включающими в себя все элементы букв данной группы.



## ШРИФТОВАЯ КОМПОЗИЦИЯ

Совершенство шрифта определяется не только четкостью пропорций и красотой рисунка каждой буквы. Буквы должны также гармонично

сочетаться друг с другом в любых возможных комбинациях и давать удобочитаемую и красивую надпись.

Надпись-текст является конечной целью в сложном процессе создания шрифта. Художник, работающий над надписями, должен хорошо знать правила и приемы их построения. Графику, создающему новые рисунки шрифтов, в еще большей степени необходимы знания всех тонкостей композиции надписей.

Важно правильно выбрать место для работы и знать, как сидеть за столом. Вы должны держать все необходимое под рукой и сидеть в удобной позе. Для письма идеально подходит чертежная доска, но ее с успехом можно заменить. Лучше всего пользоваться обычной деревянной чертежной доской, но подойдет и большой лист фанеры, и, вообще говоря, любая другая плоская поверхность, которая окажется у вас под рукой. Позаботьтесь о том, чтобы доска имела прочный упор и не ездил по столу, когда вы пишете. Устанавливайте чертежную доску так, чтобы она составляла со столешницей угол в  $45^\circ$ . Этот угол должен быть немного меньше, если вы намереваетесь работать красками или писать плакатным пером. Угол наклона ручки к поверхности доски слегка меняется в зависимости от стиля выполняемого вами шрифта. В общем случае руку следует держать под углом около  $60^\circ$ . При меньшем наклоне пером работать труднее. Подложите какой-нибудь использованный бумажный лист или кусок чистого картона на нижнюю часть доски. Ваша рука будет опираться на подкладку, кроме того, вы примете меры к тому, чтобы не запачкать рабочий лист. Используйте резиновую ленту или старую магнитофонную пленку для того, чтобы закрепить рабочий лист на чертежной доске.

В качестве источника для шрифтовой композиции возьмем осмысленный текст небольшого объема – фраза или несколько коротких фраз. Лучше всего использовать известное изречение или короткий отрывок известного литературного произведения. В самостоятельной шрифтовой композиции требуется решить целый комплекс задач: выбор исходного

текста, смысловая разбивка текста на блоки (строки, слова), выбор оптимального формата листа, выбор типа композиции с предварительным эскизированием, разметка листа на определенное число строк с учетом полей, выбор шрифта (шрифтов), соответствующего характеру и смыслу текста, организация ритма надписи, выделения в тексте и акцентировка за счет композиционных средств выразительности, выбор инструментов и материалов исполнения, цветовое решение, использование изобразительных и условно-изобразительных элементов для усиления выразительности, обеспечение удобочитаемости, целостности и законченности. Всегда помните, что значительно выгоднее иметь заранее четкое представление о том, чего вы добиваетесь, чем строить планы в процессе работы. Важно, чтобы вы осознавали, насколько важен предварительный план работы и что он включает. Неудачный шрифт делает текст неразборчивым и часто порождает чувство неловкости из-за недостаточно продуманного расположения букв.

Рассмотрим последовательность композиционного решения надписи.

Большей частью работы по каллиграфии связаны с текстом, выражающим определенную мысль, выражением или заголовком. Мы имеем дело с графическим изображением группы слов. В первую очередь текст делят на части по смыслу и определяют те группы слов, которые требуется выделить. Такой анализ надписи дает схему ее композиции. В зависимости от размеров и формы поля намечается симметричное или асимметричное расположение строк и производится разбивка надписи. Слова, определяющие основной смысл надписи, как правило, группируются и выделяются увеличением размера букв по ширине или высоте.

Любой текст должен легко читаться. Читатель должен не только понять то, что в нем сказано, но и то, что читается между строк. Поэтому, решив, какое конкретное произведение вы разместите на данной странице, вы должны подумать, какой шрифт больше всего подходит этому тексту. Шрифт должен быть увязан с содержанием надписи, эпохой, которую она отражает, и



общим оформлением. Всегда следует стремиться к простоте, четкости и строгости надписи, используя при этом лучшие реалистические традиции и национальные особенности шрифтов. Другой проблемой является определить, как этот шрифт будет смотреться на странице, сколько места он занимает, расположится ли текст компактно, в одном месте, или строчки разбегутся по всему листу. Максимальную выразительность и красоту надписи можно получить, сделав несколько различных композиционных вариантов.

На этой стадии работы полезно как можно подробнее вникнуть в текст, несколько раз начерно переписав его. Если вы еще не выбрали стиль, попробуйте переписать текст другим шрифтом. Если вы работаете карандашом или фломастером на бумаге для макетов или кальке, вы можете разрезать ту или иную строчку на несколько частей и расположить их в том порядке, который сочтете нужным. Это даст вам возможность критически оценить в целом расположение текста, размеры и стиль шрифта. Таким образом вы сможете решить, выиграет ли рукопись, если украсить орнаментом некоторые буквы, сделать это в цвете или увеличить заглавные буквы, не следует ли выделить некоторые слова, прописав их жирным шрифтом, чтобы привлечь внимание к определенным частям текста. Или же не трогать текст и напечатать его обычным шрифтом, предоставив, таким образом, словам возможность "говорить самим за себя"? После решения общей композиции надписи прорисовывают все буквы или производят их точное построение. При построении букв необходимо кроме нижней и верхней линий строки проводить средние линии, определяющие высоту примыкания боковых и средних элементов к стойкам. В более ответственных надписях при построении прибегают к модульной сетке. Основное правило, которое должно соблюдаться при построении строки,— сохранение зрительного впечатления равномерности межбуквенных пробелов. При определении межбуквенных промежутков нужно стремиться, чтобы они были примерно равными по площади. Для определения границ пробелов между

буквами следует выступающие точки букв с незамкнутыми начертаниями соединить прямыми линиями так, чтобы не было входящих углов. Пробелы между буквами определяют по расстоянию между двумя буквами путем предельного сближения двух букв, форма которых определяет наибольшую площадь промежутка. В качестве таких букв, как правило, берутся две рядом расположенные буквы А. Площадь пробела между ними, имеющая треугольную форму, служит «эталон» для определения промежутков между другими буквами. Так, например, пробел между двумя буквами, ограниченными вертикальными стойками, должен быть примерно в два раза меньше расстояния между верхними точками двух рядом расположенных букв А. Промежутки между буквами округлого начертания также берутся несколько меньшими по сравнению с пробелами прямоугольных букв. Такой прием определения промежутков между буквами создает впечатление наиболее равномерного их расположения. Размещение в надписи букв на равных расстояниях между крайними выступающими элементами приводит к тому, что слово кажется распадающимся на части.

Промежутки между словами должны быть, как правило, не менее высоты буквы. Промежутки между строками, как правило, должны быть не менее высоты буквы. Заключительным этапом является оформление надписи, для чего могут быть использованы различные приемы. К таким приемам относятся применение цвета, украшение букв орнаментами, придание им объемности путем оттенения, увязка надписи дополнительными элементами с рисунком обрамления и т. п.

### **ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ ШРИФТОВОЙ КОМПОЗИЦИИ**

С давних пор цвет широко используется в надписях с эстетическими целями, открывая для художника дополнительные возможности эмоционально воздействовать цветом надписи на читателя. Излюбленным приемом переписчиков книг было выделение первого слова или буквы каждого абзаца красной краской, киноварью, откуда и произошло название «красная строка». Особенно богато украшались заглавные надписи. При-

менение красного цвета для выделения заголовков и буквиц сохраняется с изобретения книгопечатания до наших дней. Художники в своей работе над титульными листами и обложками часто прибегают к более сложным и тонким приемам использования цвета.

Цвет играет огромную роль не только с эстетической точки зрения, но воздействует на зрителя своими физическими и психологическими качествами. По физическим качествам цвет считается удачным, если имеет достаточный коэффициент отражения, т. е. отвечает нормальным условиям зрительного восприятия: четкости и удобочитаемости — первым требованиям в работе над шрифтом в плакате. К физическим качествам относятся и свойства цвета фона: светлый фон оптически удаляет и облегчает плакат, темный фон приближает и утяжеляет его. Психологический аспект цвета состоит в том, что, оказывая влияние на общее психическое состояние человека, он может вызвать различное настроение: спокойное или раздраженное, радостное или тоскливое, повышать или понижать внимание, способствовать раскрытию образности шрифтовой композиции. Даже в одноцветном решении надписи сам выбор тона имеет большое значение. Каждый цветовой тон уже сам по себе является элементом эмоционального воздействия и вызывает какие-то более или менее конкретные ассоциации. Опыт человека от общения с окружающей действительностью непрерывно вырабатывает у него определенные связи между элементами ощущений, к которым, в частности, относится цвет, и общими понятиями и представлениями, складывающимися в его мозгу. Поэтому теплые цвета (красный, оранжевый, желтый) действуют на психику человека возбуждающе: расширяют зрачки, учащают пульс, утомляют глаза; холодные цвета (зеленый, голубой, синий), наоборот, снижают утомление и успокаивают зрение. Существует и другая сторона в эмоциональном воздействии цвета: красные и оранжевые тона действуют возбуждающе, тревожат, оживляют, а голубые, синие и зеленые, наоборот, успокаивают. Художник должен учитывать эти особенности.

Эмоциональное воздействие цвета еще больше увеличивается при различных сочетаниях. Сочетание это может быть контрастным или родственным по тону. Основные контрастные сочетания цветов были приведены выше. Два контрастных цвета, расположенных рядом, взаимно усиливаются. Наоборот, родственные тона при их соседстве ослабляют и смягчают друг друга. Так, например, надпись, выполненная каким-либо тоном, сочетающаяся с обрамляющим ее рисунком или орнаментом более светлого родственного тона (например, синим и светло-синим), производит впечатление мягкости и легкости. Хорошие мягкие по колориту сочетания дают краски: охра и соломенно-желтая, коричневая и красная, серая и голубая и др. Конечно, в этом случае, как и во всех остальных, многое будет зависеть от формы и тонкости самого рисунка, надписи и обрамления. Гармоничное сочетание контрастных тонов достигается значительно труднее и требует тонкого чувства цвета. Для облегчения этого часто прибегают к предварительному тонированию фона. Каждый цвет, накладываясь на этот фон, будет в какой-то степени уже родственен другому цвету, так как любой из них имеет оттенок фона, просвечивающего сквозь нанесенный слой краски. Это в значительной степени корректирует колористические ошибки контрастного цветосочетания. Здесь следует отметить еще одну особенность. Теплые тона, располагаясь рядом с холодными, кажутся выдвигающимися вперед, тогда как холодные тона как бы уходят за плоскость листа. Учитывая это, в случае если хотят создать иллюзию рельефной или висящей в пространстве надписи, для букв выбирают теплую тональность, а фон окрашивают холодным тоном. Добиться того, чтобы «отодвинуть» фон теплого тона, чрезвычайно трудно, особенно если сам рисунок или надпись имеет холодную тональность.

Черный и белый цвета дают хорошие контрастные сочетания с любыми другими цветами.

Гармонию цветового решения можно считать достигнутой в случае, когда:

- цвет шрифта и цвет фона обеспечивают четкое и удобное восприятие текста;
- общее цветовое решение способствует эмоциональному выражению и раскрытию содержания плаката;
- цветовое решение находится в гармоничном единстве с окружением и отвечает чувству эстетического удовлетворения.

Сочетание всех ранее рассмотренных средств шрифтовой графики с использованием цвета и рельефа представляет безграничные возможности для творчества художника по созданию шрифтовых композиций любого назначения.

## **ГРАФИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИРОДНЫХ (АНИМАЛИСТИЧЕСКИХ) МОТИВОВ В РАЗРАБОТКЕ ФИРМЕННЫХ ЗНАКОВ**

На занятиях по графическому дизайну изучаются основные методы и приемы проектирования систем и элементов визуальных коммуникаций, фирменных стилей, плакатов и другой рекламной графики. Приоритетным направлением в творчестве дизайнера-графика является разработка систем визуальной коммуникации, в частности фирменных (товарных) знаков.

Изобразительный фирменный знак (или эмблема) - это условное, символическое по характеру, лаконичное по форме изображение - графическое обозначение предприятия. Фирменные знаки проектируются для создания определенного визуального образа предприятия, как «лицо» фирмы, а также для удобства его идентификации. Многие фирменные знаки ценятся очень высоко, т.к. способствуют поддержанию репутации фирмы. Распространенный термин «брэнд» (от англ. brand - клеймо) символизирует не просто конкретное предприятие или товар, а легенду, миф, который известные фирмы создают и поддерживают многие годы.

Материалом и источником для дизайнера служит весь окружающий его предметный мир, его многообразные внешние проявления, формы, структуры. Творчески переосмысляя их, дизайнер вырабатывает оригинальные идеи,

создает новые формы. Он должен не только обладать развитым художественным воображением, но и иметь необходимые знания и навыки для воплощения своих идей в конкретные проекты.

На начальном этапе графической подготовки необходимо ознакомиться с основными категориями и средствами композиции, изучить творческие приемы и техники графики, работая в основном с абстрактными формами. После этого следует переходить к условно-изобразительным и предметным формам. Именно на этом этапе студенты овладевают принципами графической трансформации и стилизации изображений, кодирования визуальной информации языком цветографики, чтобы на старших курсах уметь разрабатывать визуальные коммуникации, фирменные стили и другие знаковые системы. На этом промежуточном этапе, когда студенты разрабатывают элементы знаковых систем, очень важно вырабатывать образно-ассоциативное мышление, научиться раскрывать смысл и содержание таких понятий как графические трансформации, стилизация, художественный образ, условный знак, символ, семантика, ассоциации, метафора, мотив и др. Наиболее четко эти понятия воплощаются в графическом дизайне или прикладной графике, ограниченной в основном работой на плоскости в черно-белой гамме (цвет используется здесь ограниченно - главным образом функционально или символически), определенным набором материалов и инструментов. Природа условного изображения и его виды, приемы стилизации, графическая метафора, особенно формы в графике (структура, пластика и фактура) усваиваются в конкретной работе над графическими трансформациями природных форм и мотивов. При этом необходимо научиться воплощать определенную идею, образ, тип, характер в графически выразительной форме знака или символа.

Человек получает первые представления о красоте и гармонии, вступая в контакт с природой. Многообразие природных форм - один из основных древнейших источников творчества, особенно в декоративно-прикладном искусстве, связанном со стилизацией условным, символическим изображением.

# ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ФИРМЕННЫХ ЗНАКОВ НА ОСНОВЕ АНИМАЛИСТИЧЕСКИХ МОТИВОВ

## Анималистическая семантика

В предлагаемом пособии как природный мотив для трансформаций выбраны представители фауны (с трансформациями растительных мотивов в орнаментально-декоративных композициях студенты работают в рамках курса «Основы композиции»). Животный мир дает более богатые возможности для создания образов, т.к. к разнообразию форм и внешней фактуры растительного мира здесь добавляется еще и движение, обогащающее пластику животного и придающее ему неповторимый характер.

Изображение животных занимало одно из основных мест в пластических искусствах еще с первобытных времен (что было связано с охотой) главным образом в качестве символов. Изображения животных и зооморфные (выполненные на основе форм животного мира) орнаменты у древних охотничьих племен даже предшествовали другим мотивам: растительные формы орнамента появились лишь с переходом к земледелию и выращиванию растений. А в тех регионах, где скотоводство является ведущей отраслью хозяйства (напр., в Монголии), животные мотивы в искусстве и поныне наиболее развиты.

Установлено, что многие из древнейших геометрических орнаментов (напр., на керамике) возникли как имитация кожного покрова животных. Исходными формами других мотивов послужили изображения животных, которые в процессе эволюции схематизировались, потеряв в итоге изобразительные признаки. Практически во всех древних культурах символами служили как реально существующие (звери, птицы, насекомые), так и фантастические, мифологические зооморфные существа - кентавры, водяные существа, драконы, сфинксы и т.п. В качестве декоративных мотивов использовались не только цельный облик животного, но и отдельные фрагменты: маскароны

(головы), шкуры, перья, следы, а также атрибуты охоты и скотоводства (упряжь, подковы, цепи, бубенцы и пр.).

Столь важная роль животных в искусстве восходит к тотемизму - одному из наиболее древних и устойчивых культов, сохранившемуся кое-где до наших дней, т.е. к культу животных как к первопредкам - основателям рода (племени). Каждый род почитал какое-либо животное-тотем как своего покровителя. Во всех древних цивилизациях были свои «священные» животные, почитавшиеся наравне с богами, а нередко и отождествлявшиеся с ними. С ходом времени животные превращались уже в атрибуты - спутников или символы богов (орел Зевса, кони Гелиоса, слон Индры и т.п.). Животных увековечивали в астрономической и календарной символике. Более тридцати созвездий носят названия животных, а сам термин «зодиакальный круг» происходит от греч. «зоон» - животное. Каждый год восточного календаря 12-летнего цикла имеет название определенного животного. Многие стилизованные изображения животных становились иероглифами, которые до сих пор входят в некоторые системы письма. Со временем животных стали наделять человеческими качествами. Особенно хорошо была развита животная символика в эпоху средневековья; в bestiариях (сборниках повествований о животных) животные выступали в основном аллегорически, как символы тех или иных качеств. Напр., лев символизировал могущество и величие, петух - бдительность и бодрость, змея - злобу или мудрость и т.п. Эта символика отражена и в средневековой геральдике, где изображения животных в виде символов или эмблем занимают исключительное место. Во многих странах почитаемые народом животные (или эндемы) стали даже символами нации и государства, украшали государственные и национальные гербы и флаги, монеты и печати (афинская сова, римский орел, британский лев, тайландский слон и др.). В большинстве мусульманских стран религия запрещала воспроизводить на гербах живые существа. Для этого использовались орнаменты-арабески, в которые иногда вплетали замаскированные фигурки людей и животных.



## **Анималистические мотивы в прикладной графике.**

Через геральдику животные-символы перешли в современную прикладную графику. Знаки с изображением животных составляют немалую долю фирменных, товарных знаков. Такие знаки обладают особой выразительностью в сравнении с абстрактными и предметными благодаря индивидуальным отличиям, т.е. хорошей различимости среди других знаков, живой пластике и богатству природных фактур. Повышенная образность, эмоциональность, близкий человеческому характер делают их популярными в рекламе.

Кроме непосредственного присутствия в фирменных знаках, изображения животных используют и как рекламные персонажи. Это связано с еще одной формой современной эмблематики, восходящей к амулетам и талисманам с изображениями священных животных, которые люди носили как знак покровительства и защиты от бедствий. Знаки этого вида нашли применение в оформлении крупных международных спортивных мероприятий (олимпийские игры, футбольные чемпионаты и др.) в качестве государственных или национальных символов их устроителей. Они называются официальными талисманами и употребляются наряду с другой официальной символикой. Так, официальным талисманом московской олимпиады 1980 г. стал знаменитый медвежонок Миша. Австралию на олимпиаде 2000 г. представляли сразу три национальных животных - ехидна, кукабарра и утконос, как символы трех стихий.

При создании фирменных знаков необходимо учитывать культурные и национальные традиции, различное восприятие одних и тех же животных у разных народов. Напр., в Африке избегают изображать льва, в Индонезии - свинью. Популярными торговыми символами в странах Юго-Восточной Азии - тигры и драконы, в Центральной Азии - тигры и слоны. Особенно распространены в фирменных знаках разных стран изображения птиц (орла, голубя, петуха, чайки, совы, лебедя). Из хищников наиболее часто встречаются представители семейства кошачьих (лев, тигр, леопард), из лесных животных - олени, из домашних - лошади и быки, из земноводных и

морских животных - змеи, крабы, дельфины, из насекомых - бабочки, пчелы и жуки. Рыбы в фирменных знаках изображаются чаще всего обобщенно, без признаков конкретных пород. Из мифологических животных чаще всего используют изображения драконов (азиатских и европейских) и грифонов.

### **Основы пластической анатомии животных.**

Прежде чем приступать к рисованию с натуры, нужно изучить пластическую анатомию, строение животных, понять принципы формообразования: каким образом отдельные формы группируются и сочленяются между собой, какие нагрузки несут отдельные части тела животного, их практическое назначение в жизненных ситуациях, как конструкция может просматриваться под внешними формами.

подавляющее большинство живых существ имеют сходное анатомическое строение. При всем многообразии четвероногих животных и птиц их анатомия настолько сходна с анатомией человека, что достаточно их сопоставить, чтобы получить представление об анатомической структуре животных и применять те или иные методы построения. Напр., позвоночный столб у животных, как и у человека, служит основным стержнем скелета: он связывает тазовый пояс, грудную клетку и череп, но, в отличие от человеческого, имеет дополнительные хвостовые позвонки, а шейный его отдел - длиннее и по-другому изогнут. Грудная клетка сдавлена не от груди к спине, как у человека, а справа налево. Таз имеет те же костные элементы и выступы, но вытянут в длину и тоже сдавлен справа налево. Постоянное положение туловища у животных горизонтальное, т.к. все четыре конечности в основном имеют опорную и двигательную функцию.

У большинства животных нет ключиц, лопатки крепятся к грудной клетке только мышцами. Плечо обычно короче предплечья, скрыто под мышцами и потому не просматривается, виден только локтевой сустав, непосредственно примыкающий к туловищу. Таким образом, свободная передняя конечность, в отличие от человеческой, видна только от локтя. Кости предплечья у животных сращены в положении пронации. Предплечье опирается

на кости кисти (лапы), обращенной тыльной стороной вперед, образуя запястный сустав, который ошибочно считают коленом. Пясть сгибается только назад и опирается на фаланги пальцев. Она находится на одной прямой с предплечьем, а пальцы (их обычно четыре) загибаются вперед, за исключением первого, недоразвитого, который свободно висит сзади. Лопатки и плечевые суставы, покрытые мышцами, обычно сильно выступают, в то время как грудина находится в глубине.

Аналогично строение задних конечностей. Бедро, как и плечо, почти целиком скрыто под мышцами и примыкает к туловищу; видны лишь большой вертел и коленный сустав. Голень под углом уходит назад и сочленяется с плюсной (голеностоп у животных называется скакательным суставом). Плюсна загибается под углом вперед и опирается на фаланги пальцев (с когтями или сросшихся в копыто). Таким образом, скакательный сустав и рельефно выступающий пяточный бугор расположены относительно высоко.

Итак, на скелете сзади выступают кости таза - подвздошная и седалищные бугры, на бедре - большой вертел, мышцелки и надколенник, на голени - мышцелки и обе лодыжки. На стопе резко выделяется пяточный бугор. Движения в суставах аналогичны человеческим, за исключением вращения и отведения конечностей в сторону. При шаге животного лопатки попеременно вздымаются над поверхностью спины, а туловище, поддерживаемое лопатками, обвисает, как на рессоре.

Скелет животного - это пассивная основа организма, а мускулатура - активные органы, носители движения. На живом звере поверхностные мускулы и мышечные группы хорошо просматриваются. Основные из них располагаются в области плечевого и тазового поясов, причем в плечевом поясе — внизу, в центральной части, а в тазовом - вверху, в дорзальной части. У хищников тазовая мускулатура из-за сложных боковых движений в значительной степени «сползла» со спины на бока. Головы лошади, собаки, тигра, слона и человека внешне совершенно разные, и тем не менее они имеют общее строение. Череп животных состоит из тех же элементов, что и челове-

ский. Он делится на две части - мозговую и лицевую, только у человека относительно больше размеры мозговой части, а у животных - лицевой (из-за развитых челюстей). Соотношения частей черепа измеряют так называемым углом Кампера (лицевой угол): одна сторона угла проходит от ноздри к ушному отверстию, а вторая - от ноздри к самой выпуклой части лба. У человека угол Кампера составляет 75-80 градусов, у собак и кошачьих - 35-40, у лошадей (за счет длинных челюстей) - 1-12.

## **ПРИНЦИПЫ РАЗРАБОТКИ ФИРМЕННОГО ЗНАКА ДЛЯ КОНКРЕТНОГО ОБЪЕКТА НА ОСНОВЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЖИВОТНОГО**

### **Цель работы**

Творчески переосмыслить природные формы (анималистические мотивы), перевести их на специфический язык прикладной графики в форме условного знака, символа.

Последовательность выполнения:

1. Серия натуральных набросков и зарисовок с объекта трансформации. Зарисовки натурального характера по памяти и по представлению.
2. Проработанный цветовой эскиз объекта трансформации (базовый эскиз).
3. Серия рисунков с разной графической проработкой (фактурой) на основе одного силуэта.
4. Цикл рисунков с разной степенью и характером стилизации, трансформирующих натурную форму в условное изображение, эмблему.
5. Образец линейной раппортной композиции на основе самостоятельно разработанного орнаментально-декоративного мотива.
6. Проект фирменного знака на основе стилизованного изображения животного.

### **Выбор знаков различного характера для конкретного объекта.**

Поскольку животное для трансформирования выбирается заранее, для работы над фирменным знаком необходимо выбрать объект (фирму, товар),

который мог бы символически представлять это животное. Знаки с животными, символизирующими объект, имеют разнообразный характер, и изображения животных в них могут быть использованы в разном качестве: напрямую, иносказательно, ассоциативно или условно.

**Знаки тематического характера** применяются в тех случаях, когда деятельность предприятия или организации (либо продукция фирмы) непосредственно связана с животными. Животное в фирменном знаке изображается как таковое (напр., определенный вид или порода), обозначая специфику фирмы, либо товара. Это знаки, связанные с экологией, животноводством, пищевой промышленностью, охотой, зоопарками, цирком и т. п.

**Знаки аллегорического характера**, самая многочисленная и разнообразная группа знаков, связана с образом животного как эмблемы. Животное олицетворяет конкретную идею или аспект деятельности фирмы иносказательно. В эмблеме ни изображение, ни его толкование не может быть произвольным. Форма эмблемы в прямом или трансформированном виде связана с традиционной иконографией и имеет конкретную расшифровку, связанную чаще всего с происхождением (и сферой деятельности) фирмы или ее продукции. Здесь чаще всего используются государственные, национальные или региональные символы (напр., животные-эндемики), образы народного искусства, сказочные и мифологические зооморфные существа. Некоторые животные стали распространенными эмблемами различных служб или видов деятельности и традиционно используются в фирменных знаках. Напр., голубь - эмблема почтовой службы, змея - медицины, белый медведь и пингвин - морозильного производства, дельфин - плавбаз и подводного флота, филин - аудиторской службы, певчая птица - вокальных конкурсов и фестивалей.

**Знаки метафорического характера** - это чаще всего знаки товарных групп, где животные олицетворяют не конкретную идею (как в эмблеме), а являются отвлеченным, эмоционально окрашенным образом фирменной продукции. Изображение животного становится графической метафорой свойств и качеств продукта (мощь, энергия, мягкость, чистота, надежность и.

т.п.). При этом одно и то же животное может символизировать совершенно разные признаки. Ассоциации, вызываемые знаком, зависят от графического решения: образ животного может быть монументальным, поэтичным, острохарактерным, шутливым и т.д. В еще одном типе знаков этой группы реализуется чисто графическая метафора - визуальный образ, связанный с темой знака не эмоционально, а через внешние ассоциации. Клешня краба похожа на ножницы, еж - на щетку, мышь превращается в компьютерную мышку, пингвин - в человека во фраке. В двух типах этих знаков связь животного с темой не аллегорическая (как в эмблемах), а ассоциативная, она может быть никак не связана с традиционной символикой.

*Знаки символического характера* практически являются энигматическими: они не поддаются расшифровке или не нуждаются в ней. Мотивы выбора животного как символа здесь произвольны, они могут быть забыты, неизвестны и вообще случайны. В них может использоваться, напр., «говорящая эмблема». Животное-символ представляет собой абстрактное понятие (образ фирмы) в форме условного знака, и характер изображения не имеет при этом значения. Символ может быть не связан с объектом ни по смыслу, ни ассоциативно, ни изобразительно. Независимо от формы и мотива выбора символ идентифицирует конкретный объект как его условное обозначение.

## **МЕТОДИКА ВЫПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТА «ГРАФИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ АНИМАЛИСТИЧЕСКОГО МОТИВА»**

### ***Задание 1.*** наброски и зарисовки с натуры

Рисование с натуры и процесс трансформации изображений животных в орнаментальные и знаковые формы имеют некоторые особенности. Практикой оправдан первоначальный акцент на натуральных зарисовках. На этом этапе делаются циклы рисунков выбранного животного с натуры разной продолжительности и разного характера, с постановкой определенных задач. Полезно чередовать подробные проработанные зарисовки с быстрыми, беглыми набросками.

Здесь нужно сосредоточиться на трех группах задач, а именно изучить:

1) статическую форму животного, характер его пластики, пропорции, контуры тела и силуэт в состоянии покоя;

2) динамику форм животного, изменение его пластики в разнообразных ракурсах и движениях;

3) отдельные части и детали фигуры животного, материальную структуру\* фактуру поверхностных форм.

Рисунки первого цикла - обычно средней продолжительности. Животное изображают в разных ракурсах, акцентируя внимание на объемах и контурах фигуры. Характерная ошибка при рисовании с натуры - в «срисовывании» контура животного, что без понимания внутренней структуры не проявляет, а наоборот, - искажает форму, делает ее «пустой» и вялой, выпячивает случайное, упуская существенное. Контур текуч и неуловим, он становится ясным и условным только при четком понимании характера образования форм, масс, объемов и их сочленения. Поэтому прежде чем гнаться за эффектным контуром фигуры, нужно почувствовать, из чего он возникает.

Конфигурацию животного при фиксированном движении образует сочетание всех контуров, которое, в свою очередь, является внешней границей формы в определенном ракурсе. Характер образованного контурами силуэта - результат взаимоотношения объемов, которые ложатся один поверх другого, перекрывают один другой или просматриваются один из-за другого.

При построении объема рисуют его видимую часть - поверхность, уходящую от глаза под определенным ракурсом, пока на границе объема не образуется контур. Стало быть, контур отражает ракурс поверхности и поэтому в зависимости от ее освещения выглядит неравномерным. Рисуя животное (как и человека), нужно варьировать толщину контура - от жирного, энергичного, до тонкого, который заходит внутрь фигуры, когда один объем скрывается за другим и сходит на нет. Из глубины появляется новый контур, образованный ракурсом поверхности нового объема. Этот новый контур выходит за границу фигуры (силуэта) и снова скрывается, уступая место сле-

дующему контуру, принадлежащему другому объему, - и так до тех пор, пока не проявится контур всей фигуры.

При таком подходе конфигурация и силуэт дают правильное представление о форме и любые трансформации сохраняют ее характер. Но прежде всего, рисуя с натуры, важно «видеть каркас» животного. Часто внешние формы животного бывают обширными, со сложной рельефной мускулатурой, пышной шерстью (у птиц - перьями). За ними-то и прячется скелетная основа. Полезно выполнить такое упражнение - вписать скелет в готовый рисунок или фотографию.

Рисование животного в фиксированной позе дает лишь частичное представление о его структуре и пластике. Характер формы проявляется только в разнообразных ракурсах, движениях частей скелета и работе мышц. Поэтому в следующем цикле работы, когда животное находится в постоянном движении, целесообразно делать многочисленные кратковременные наброски: сперва по 10-15 минут, затем сокращая время до 3 и менее минут.

Наброски удобнее делать циклами на одном листе. Если животное сменило позу, лучше прервать набросок и переходить к следующему. Рано или поздно движения повторяются, и тогда можно вернуться к прерванным наброскам. В таких беглых зарисовках важно зафиксировать самое существенное - характер, «образ» движения, детали здесь неважны. Характер передачи формы - линейный: нужно попытаться двумя-тремя линиями обозначить движение без моделировки объема. Объем можно намечать условно - усилением или ослаблением нажима инструмента при ведении линии.

Третья важная характеристика формы, наряду с внутренней структурой и пластикой в движении, - внешняя структура или фактура животного. Цикл таких зарисовок также можно выполнять на одном листе, но они должны быть более длительными, проработанными. Здесь важно выявить поверхностную структуру, закономерности ее образования. В одних зарисовках можно дать светотеневую моделировку, в других - выявить «природный узор». В этом цикле полезно рисовать животное не целиком, а фрагментарно (напр., в



зависимости от объекта, рисовать крылья и их структуру, глаза, форму и фактуру рогов, характер меха, кожи, перьев, чешуи, текстуру покровов и т.п.).

### ***Упражнения***

В течение месяца выполнить несколько циклов зарисовок с натуры, делая акцент на трех аспектах: а) внешней форме, пластике, контуре, силуэте; б) форме в движении, разных ракурсах, динамике форм; в) материальности, фактуре, текстуре поверхности формы.

В сериях аналитических зарисовок следует:

1) изучить конфигурацию выбранного объекта, зарисовать его силуэт, контуры, определить пропорции, геометрический характер формы, общую пластику (материалы - карандаш, тушь, перо);

2) выявить внутреннюю структуру объекта, передать его строение, конструкцию, основные объемы, членения, наиболее важные узлы, ритмическую организацию формы, выделить типичные черты объекта (материалы - карандаш, фломастер, тушь, перо, кисть);

3) изучить структуру поверхности, основные выпуклые и вогнутые участки, рельеф, фактуру, материальность форм, ритмическую организацию элементов поверхности в виде «природного рисунка», причем можно применить сильное увеличение участка поверхности (материалы - карандаш, гуашь, тушь, перо, кисть).

### ***Задание 2.*** Зарисовки по памяти и представлению

Вслед за работой с натуры переходят к рисованию по памяти, затем по представлению и лишь потом - к активной трансформации (стилизации). Здесь важен навык работы. Нужно научиться, не копируя формы, анализировать, изучать, стараться запомнить ее характерные черты, чтобы потом по памяти обобщенно воспроизвести их «длинной», как обычно говорят, линией (когда животное находится в движении).

При переходе к рисованию по памяти нельзя забывать очень важное правило: смотреть на модель долго, изучать ее внимательно, а рисовать быстро: посмотрел, понял, запомнил и быстро нарисовал. Только если рисунок

выполняется «в темпе», линия может быть определенной, категоричной, или, наоборот, - легкой, трепетной; в рисунке сам собой проявится отбор наиболее важного, существенного, возникнут выразительность, острота характеристики, непосредственность, условность, ритм и силуэт. Тем самым будут достигнуты индивидуальная пластика, признаки, характерные для определенного вида животного, отличающиеся от других видов, но, может быть, типичные для группы, семейства.

Для рисования по представлению, кроме работы с натуры, полезно изучать изображения животных (фотографии, рисунки), в которых меньше живого непосредственного характера, но больше графической определенности. Для тех, у кого нет возможности рисовать с натуры, рисование по представлению становится главной подготовительной работой. Для нее необходимо подобрать максимально возможное количество разнообразных изображений выбранного животного, в основном натуральных (фотографии, работы опытных анималистов, научные зарисовки, анатомические штудии и т.п.). Желательно иметь изображения животного в разных ракурсах и движениях и даже циклы движений (стадии бега лошади, полета птицы, прыжка зверя).

### ***Упражнения***

1. Выполнить несколько быстрых, живых, острых зарисовок с природного мотива (карандаш, чернила, перо, фломастер) с задачей постепенного сокращения числа графических средств (линий).

2. Выполнить серию линейных натуральных зарисовок, усиливающих динамическую напряженность формы.

3. Выполнить такую же серию зарисовок, подчеркивающих статическую уравновешенность формы.

Наброски и зарисовки подготовительного этапа лучше выполнять разными инструментами и материалами (тушь, перо, кисть, мягкий карандаш, фломастер, уголь, восковые мелки, одноцветная гуашь или темпера и т.п.). Бумагу тоже можно использовать разную - гладкую, шероховатую, грубую,

тонируемую. Разные материалы и виды бумаги дадут возможность добиться разнообразия пластики и фактуры.

### ***Задание 3.*** Авторский эскиз

Подготовительные этапы работы с натуры, по памяти и по представлению завершаются созданием двух базовых эскизов для дальнейших трансформаций. Первый из них - это подробный проработанный эскиз в цвете, с моделировкой объема, передачей светотени и материальной структуры. Он является исходным для работы над фирменным знаком. Второй эскиз - черно-белый силуэт животного - основа цикла графических трансформаций разного текстурного наполнения.

Исходный авторский эскиз на натурном материале может быть законченной композицией. Однако его надо рассматривать как отправной момент, базовое изображение, основу для графических интерпретаций с целью создания проекта фирменного знака. Авторский эскиз - первый и очень важный этап творческой работы. При таком подходе окончательный результат бывает внешне очень далек от первой зарисовки. Первоначальный этап заключается в анализе, отборе и обобщении. Эскиз должен быть достаточно соответствующим натуре, подробным (почти скрупулезным), информативным. Он должен сочетать внешнее сходство с выразительной пластикой. В исходном эскизе уже происходит выбор пластически наиболее выразительного мотива, графически четкого, острого рисунка или мягкого, живописного, но все равно обобщенного, соотнесенного с плоскостью. В такой зарисовке - уже не сам мотив, а его определенный художественный, графический образ. В идеале базовый авторский эскиз должен выражать острым, лаконичным графическим языком наиболее характерные особенности строения животного, намечать характер дальнейших преобразований.

Для выполнения авторского эскиза желательно использовать разные материалы и их сочетания, смешанные техники. Рекомендуется использовать акварель, гуашь, темперу, восковые мелки, пастель. Интересных эффектов можно добиться шариковой или гелевой ручкой, маркером. Из видов бумаги

особенно уместны тонированная, грубая, зернистая. Из технических приемов можно применять «сухую кисть», аэрографию, затеки, процарапывание, напыление, растирание, «отлип» и др.

#### **Задание 4.** Графические трансформации мотива животного

Вслед за подготовительными стадиями - изучением анатомии, рисованием с натуры и выполнением базовых эскизов - переходят непосредственно к активным целенаправленным трансформациям. Это уже этап чистого творчества, когда автор, используя в качестве первоисточника исходный эскиз, трансформирует его в образ «второй природы», организованной по законам графической композиции, создает условное, стилизованное изображение, утрируя и заостряя характер, усиливая внутреннюю орнаментацию, расставляя акценты.

**Графическая трансформация** - это процесс последовательного преобразования средствами графики природных форм и мотивов в условные, стилизованные декоративные изображения. Принципы графической трансформации ~ поэтапное обобщение, геометризация мотива, выявление логики формообразования, ритмической и материальной структуры, усиление выразительности форм и наиболее характерных черт в пластике мотива, достижение органической взаимосвязи частей формы, подчиненных целостности образа, т.е. гармонии.

**Графические средства и приемы трансформации.** Специфика и возможности графики, ее изобразительных средств и материалов, ограничивающих художника, в то же время позволяют ему в емкой, лаконичной, острой форме рисунка выразить в мотиве самое характерное. В любой форме рисунка не всегда уместно отказываться от мелких деталей, усиливающих орнаментальность, ритмичность, декоративность, фактуру, создающих графические акценты. Уже на предварительных стадиях работы (зарисовки по представлению, работа над эскизами) следует применять весь спектр композиционных средств и графических приемов: графичность, плоскостность, ритмическое структурирование, фактурную проработку, ла-

коничность, динамику, остроту и экспрессию рисунка, орнаментику, симметрию, силуэт, акценты и др.

Существуют различные способы графической трактовки природных форм и мотивов.

Легкая (линейная) трактовка. Здесь различают три возможных решения.

1. Рисунок тонкими однотолщинными линиями (как правило, орнаментального характера и небольшого размера). Такой рисунок выходит светлым, легким («воздушным»), спокойным.

2. Рисунок жирными линиями одинаковой толщины в зависимости от трактовки приобретает активность - напряженность или монументальность.

3. Рисунок линиями разной толщины дает больше выразительных возможностей, объемно-пространственных характеристик, но он более сложен.

Применение более трех линий разной толщины снижает ясность и лаконизм. Все линии одинаковой толщины в таком рисунке должны образовывать собственный ритм, как бы объединяться в цельный «узор», сочетаясь с «узором» из линий другой толщины.

Пятновая трактовка. Рисунок пятном способствует максимальному силуэтному обобщению форм. Один из видов такого рисунка - «сухая кисть». Он выполняется кистью с полувывсохшей краской, обычно на крупнозернистой бумаге, на которой мазок оставляет след в виде фактуры из рваных пятен и точек. Для большей графичности мазка (чтобы получить абсолютно черный цвет во всех частях) лучше применять черную гуашь, а не тушь или акварель.

Линейно-пятновая (смешанная) трактовка. Здесь, как и в рисунке, выполненном линиями различной толщины, все пятна, независимо от того, изображают они элементы формы или фон, должны быть организованы в самостоятельную композицию, «узор», цельный по силуэту и ритму. Линии же должны графически и логически связывать пятна рисунка, объединяясь в целостный графический образ. Пятно может быть использовано и в качестве

фона (подкладка под линейный рисунок, смягчающий его, напр., на сером, фактурном, цветном фоне) или, наоборот, в качестве средства, обобщающего и активно выделяющего рисунок (в т.ч. рисунок белым на черном фоне). Особый случай - применение линии и пятна разного цвета.

Таким образом, в графических трансформациях могут применяться все элементы черно-белого рисунка: точка, линия разных видов (росчерк, зигзаг, вращающаяся), пятно, штрих. Линия придает рисунку гибкость, пластику, остроту, динамику, четкость контура, Пятно собирает, обобщает, выявляет силуэт, создает контраст, придает рисунку активность, монументальность. Точка и штрих могут обозначать объем, тон, светотень, фактуру (материальность формы), цветность.

### ***Характер трансформаций.***

Процесс преобразования природных форм бывает очень сложным, т.к. часто трудно определить, что именно в мотиве подлежит преобразованиям и в чем суть этих преобразований. Реальная структура, пластика природного объекта зависит от формы и размеров составляющих его частей, их расположения и соподчиненности. Если эти параметры одинаковы или почти одинаковы, форма статична. Если же композиционные связи между элементами строятся на контрастных отношениях, она динамична. Эти две противоположные структуры, характеризующие организацию элементов мотива, и определяют возможности и принципы трансформации.

Преобразование мотива иногда предполагает изменение всех параметров, а иногда - отдельных или даже одного из них. Допустим, что по одному из параметров (ритмическая структура, пропорции, симметрия и т.п.) части мотива более или менее однородны, недостаточно отличаются один от другого. В этом случае необходимо принципиально решить, что целесообразнее - изменить этот параметр в сторону усиления однородности элементов или же в сторону их различия. Но в любом случае такое изменение обязательно (напр., для усиления статичности или динамизма), поскольку любая неопределенность в композиции мотива неизбежно сделает трансформированный

рисунок вялым, невыразительным. Композиционные связи между элементами мотива по одним параметрам могут упорядочиваться, уравнивать композицию, а по другим - усиливать динамику. Какой параметр и в каком направлении целесообразно преобразовать, художник решает, основываясь на анализе самого мотива, композиционной логике и собственной интуиции.

### ***Пластическая трансформация.***

Основной упор в ней делается на пластику форм, внешних очертаний, силуэт, контуры фигуры животного, выразительность движения. Для зрительного восприятия решающее значение имеют участки значительных изгибов, изломов формы и т.п. Эти участки главным образом и представляют собой объект трансформации, состоящей в поиске наиболее напряженного, острого, экспрессивного движения.

Но усиление динамики формы за счет выявления, асимметрии, неравномерности искривления форм ~ не единственный путь трансформации. Есть и обратное преобразование, когда динамические параметры переводятся в статические. Обычно любое ракурсное положение формы позволяет достичь динамической напряженности, в то время как распластанное на плоскости фронтальное положение вызывает ощущение статики, покоя.

### ***Фактурно-орнаментальная трансформация.***

Здесь за основу берется внутренняя ритмическая структура или строение, особенности и характер материальной поверхности тела животного, ее фактурных элементов. Кожный, волосяной, роговой, чешуйчатый покров или оперение многих представителей фауны орнаментирован самой природой необыкновенно богато и разнообразно. Прямой и волнистый мех, разнообразные окрасы и расцветки, складки, щитки, насечки, присоски, бородавки, рога, усики, иглы и другие структурные элементы предоставляют художнику богатый материал для декоративного творчества. Нужно суметь творчески переосмыслить мотив, почувствовать и выявить орнаментальную внутреннюю ритмическую структуру даже там, где она не выступает явно, а более явный природный рисунок сде-

лать четким, перевести его на язык графики. Ритм, орнаментика могут проявляться не только в общей пластике и структуре мотива, но и в деталях, фрагментах (в их фактуре и структуре), а кроме того, в ассоциациях, которые вызывает та или иная форма (по высказыванию М. Врубеля, «...настоящий, подлинный художник должен чувствовать в природе орнамент»).

Природный орнамент мотива можно рассматривать и как самостоятельную художественную ценность, как органическую часть формы (наряду с пластикой, силуэтом, фактурой), и здесь автор композиции, отталкиваясь от натуральных зарисовок, применяет анализ, интуицию и фантазию. Необходимо сделать отбор самых существенных характеристик, опустив второстепенные, допустима гиперболизация отдельных элементов и дополнение рисунка фантастическими деталями в соответствии с композиционными принципами. Природный узор сам по себе, отделенный (абстрагированный) от поверхностей формы, на которой он расположен, по своей природе - неизобразительное, абстрактное орнаментальное образование. Особую, условную выразительность таких узоров использовали в древности (а также в современном народном декоративно-прикладном искусстве) как первоисточник, материал для создания новых орнаментальных мотивов путем абстрагирования от объекта, неизобразительным способом художественного обобщения (начиная с упоминавшихся древнейших геометрических орнаментов, имитировавших фактуру кожных покровов животных).

Таким образом, при соединении двух видов трансформации - внешней пластики и материальной структуры (которая может основываться как на природном рисунке, так и на сильно стилизованном орнаменте) - для большей графической выразительности объемно-пространственную форму мотива в большинстве случаев целесообразно переводить в плоскостную, декоративно-орнаментальную. Внешние очертания (силуэт) не всегда должны доминировать по активности восприятия над орнаментальными мотивами; возможно и обратное решение: когда сам орнамент решен более четко, чем реальный силуэт животного или птицы. Но в любом случае, когда трансформа-



ции подвергается пластическое и декоративное начало мотива, важно помнить и соблюдать правило: всегда должен быть обеспечен приоритет одного из этих двух выразительных средств.

### ***Упражнения***

1. Выполнить цикл рисунков животного, в каждом последующем варианте все больше обобщая, отбрасывая лишние детали; добиться в итоге лаконичного рисунка с минимальным числом орнаментальных подробностей.

2. На основе анализа структуры внешних форм создать декоративно-орнаментальный образ мотива, сгладив динамические связи, гиперболизируя натуру, дополнив мотив фантастическими элементами.

3. Пластическими и орнаментальными преобразованиями с помощью фантазии создать поэтичный, сказочный (мифический) образ мотива, сочетая условную орнаментику внутренней структуры с выразительным силуэтом, контуром (внешними очертаниями).

### ***Задание 5.*** Разработка декоративного образа в цвете

Отдельным выразительным средством в графических трансформациях является использование цвета в двух формах - прямой и условной. В черно-белом рисунке цвет передается условно - как различная окрашенность предметов. Графически это достигается разнообразной штриховкой. Штрихи могут быть: разной длины, начиная от точечных ударов; разной толщины, вплоть до переходящих в пятно; разной разреженности (в т.ч. жирные штрихи с тонкими пробелами); разного направления; перекрещенными под разными углами; разного характера (ломаные, крученые, рваные, клиновидные и др.). При одинаковом тоне от простой перемены направления штриха в черно-белом рисунке появляется новое качество, отличное от тона и светотени, которое и можно условно назвать цветностью.

Примером цветного видения, фактурно-цветового решения в графике могут служить графика П. Митурича или рисунки живописцев - Ван Гога, Ренуара. Ван Гог стремился передать графически аналог цвета и фактуры, напряженность цветовых соотношений и использовал для этого штрихи раз-

ного напряжения и начертания, применяя длинную линию только для оконтуривания.

Прямое использование цвета дополняет характеристику графического образа, усиливает его выразительность. Уже в натуральных этюдах мотива, и особенно в базовом эскизе, может применяться заранее избранный колорит, в т.ч. условные цвета (напр., подчеркнуто теплая или холодная, насыщенная или слабонасыщенная гамма, цветовой контраст, локальные цвета).

Интересные графические возможности появляются в этюдах на цветных фонах (слабонасыщенных в смеси с серыми тонами, более насыщенных и, наконец, черных с легким хроматическим оттенком). Можно применять разные способы введения одного хроматического цвета в рисунок. В первом способе гуашь или темпера какого-либо цвета наносят кистью плоскостно на провощенную бумагу равномерно или с некоторой градацией тона, холодных или теплых оттенков. По такому фону острым инструментом процарапывают рисунок. Другой способ: на одноцветный фон наносят рисунок цвета, родственного цвету фона, но контрастный по тону (темный по светлому или наоборот). Есть еще вариант, - рисунок слабонасыщенного хроматического цвета плоскостно наносится на белый или серый фон бумаги.

При переводе природных мотивов в условные плоскостные декоративные изображения широко применяется аппликативный способ с использованием цветной, специально раскрашенной бумаги или вырезок. Техника аппликации сама по себе предопределяет наибольшую степень обобщения, условную геометризацию элементов и лаконичность изображения.

### ***Упражнения***

1. Выполнить стилизованный рисунок животного с введением 1-2 хроматических цветов.
2. Создать декоративный геометризованный образ животного в цвете в технике аппликации.

***Задание 6.*** Трансформации на основе силуэта

Отдельный цикл рисунков выполняют на основе черно-белого силуэта животного. Для силуэтного эскиза нужно выбрать такое движение, ракурс, при котором силуэт максимально выразительно и точно передает индивидуальный характер и пластику животного. Рисунки представляют собой варианты: графической проработки; заполнения («разделки»); стилизации заданного силуэта без изменения внешних контуров (конфигурации).

### ***Варианты графической обработки силуэта***

1. *Выворотка*. Негативное изображение (белый силуэт на черном фоне). Фон желательно делать не заливкой, а обработать фактурно (декоративно).

2. *Жирный контур*. Силуэт обводится широкой однотолщинной линией (1,5-2 мм).

3. *Рассеченный силуэт*. Черный силуэт рассекается тонкими прямыми или извилистыми линиями насквозь в разных направлениях. Можно имитировать силуэт, «перемотанный белой ниткой».

4. *Прерывистый (неполный) контур*. Силуэт образуется линией, переходящей в пятно на отдельных, наиболее важных и выразительных участках. Согласно психологии зрительного восприятия между этими участками возникает так называемый «субъективный контур» (невидимый), благодаря которому силуэт зрительно воспринимается (восстанавливается) как целый.

5. *Прерывистый (неполный) силуэт*. Силуэт образуется пятнами, условно обозначающими части фигуры и переходящими во внешний контур. Особенность визуального восприятия - та же, что и в предыдущем варианте. При этом в пятновой трактовке соотношение общей массы черного (пятен) с общей массой белого пространства между пятнами должно быть примерно равным.

6. *Неорганизованная точка*. Пространство внутри силуэта моделируется мелкой неорганизованной точкой, выявляя объемы сгущением и разрядкой точек.

7. *Имитация природной фактуры животного.* Пространство силуэта условно (графически) имитирует поверхностную фактуру животного (мех, оперение, окрас).

8. *Концентрический контур.* Контур силуэта повторяется внутри параллельно наружному и вплотную к нему. Эти контуры дублируются до полного заполнения силуэта.

9. *Вращающаяся линия.* Силуэт образован одной 'или несколькими вращающимися линиями с нажимом, повторяющими основные формы фигуры.

10. *Растривание.* Наложение на силуэт растровой структуры (декоративной сетки из равномерно повторяющихся элементов - точек, линий, штрихов и т.п.). Растры имитируют однородную структуру поверхности.

11. *Тоновая растяжка (линейный разбег).* Наложение на силуэт структуры, дающей плавную градацию от абсолютно черного к белому. Напр., система параллельных линий с равномерно уменьшающейся толщиной и увеличивающимися интервалами. При этом силуэт «исчезает» с одной стороны, переходя в фон.

12. *Орнаментальная структура.* Разделка плоскости силуэта орнаментом любого типа.

13. *«Мозаика».* Набор из произвольных фигур. Силуэт «набирается» из элементов, близких по размеру, произвольной конфигурации, с небольшими промежутками, образуя прерывистый внешний контур.

14. *«Кубистическая» структура.* Силуэт набирается из накладываемых один на другой геометрических элементов рубленой формы без заметного отклонения от конфигурации силуэта.

15. *«Шаровидная» структура.* Наложение шаровидных элементов, образующих силуэт без заметного отклонения от его конфигурации.

16. *Шрифтовая композиция (каллиграмма).* Надпись, повторяющая очертания силуэта либо «набор» силуэта знаками шрифта (буквы, цифры, знаки препинания и др.) без заметного отклонения от конфигурации.

17. *«Отражение в воде»*. Обводка силуэта «дрожащим» контуром, имитирующим отражение в воде.

18. *«Археологическая реконструкция»*. Имитация изображения животного, «восстановленного» из фрагментов разбитой каменной плиты. Силуэт может быть «восстановлен» не полностью, но так, чтобы возникал субъективный контур, помогающий восстановить целое.

19. *Шарж*. Острохарактерный (юмористический) рисунок животного с сохранением силуэтной основы.

20. *Имитация стилистики*. Рисунок животного в народном или историческом стиле (русский лубок, рококо, модерн и др.); рисунок в стилистической манере определенного художника (Дали, Пикассо, Ван Гога, Филонова, Бердслея, Босха и др.).

Материалы - тушь, перо, кисть.

#### **Задание 7.** Линейная раппортная композиция

Одним из результатов графической трансформации природного мотива является образец раппортной композиции на основе этого мотива.

*Раппортная композиция* - это орнаментальная композиция, в которой исходный орнаментальный мотив ритмически повторяется согласно определенной закономерности.

*Орнаментальный мотив* - условный рисунок, представляющий собой самостоятельный законченный элемент орнамента. Он может быть симметричным и асимметричным. Орнаментальная композиция может состоять из одного или нескольких разных мотивов.

*Раппорт* - повторяющийся неделимый мотив (модульная единица) орнамента. В раппортной композиции орнаментальный мотив, как ее элемент, повторяется (дублируется) по определенному принципу. Раппорты в одной композиции могут оставаться изолированными один от другого, могут касаться друг друга, перекрываться, сливаться в одну фигуру. Можно составить несложный орнамент повторением раппорта одним из следующих способов:

*параллельный перенос* - раппорт повторяется вдоль прямой с равными интервалами и наклоном, образуя «бордюр»;

*поворот* - раппорт поворачивается относительно одной точки как центра окружности (или другой центрально-симметричной фигуры) с равными интервалами; *симметрия* - раппорт переносится как зеркальное отражение относительно определенной оси;

*увеличение* - раппорт повторяется с пропорциональным увеличением его размера и интервалов между раппортами.

Более сложные орнаментальные формы и композиции можно получить комбинацией этих способов, - напр., сочетая симметрию с параллельным переносом или увеличение с вращением. В качестве основы для раппорта можно взять изящный выразительный силуэт животного или одну из трансформаций фактурно-орнаментального характера. Кроме самого способа построения орнамента можно применить чередование фактуры раппорта, - напр., контура с силуэтом.

### ***Упражнения***

1. По первым зарисовкам через ассоциации от внешней ритмической структуры трансформировать природный рисунок (фактуру) в неизобразительный мотив (абстрактный узор) для создания нового, самостоятельного (оригинального) орнаментального мотива, который может быть использован . в абстрактно-декоративной орнаментальной композиции.

2. На основе разработанного оригинального раппорта выстроить несложные орнаментальные мотивы описанными выше способами.

Материалы и техники - тушь, гуашь, перо, кисть, трафарет, аппликация.

### ***Задание 8.*** Проект фирменного знака

Работа над графической трансформацией животного завершается разработкой проекта оригинального фирменного знака на основе выбранного мотива. Это - итог всей работы, главная задача курсового проекта. Цель предшествующих этапов - выявить графические возможности мотива, его

пластики и фактуры. Выразительная, четкая графика - один из главных критериев качества фирменного знака, но не единственный. Красивый сам по себе рисунок может не нести смысловой нагрузки. А знак как графический образ фирмы может содержать целый комплекс идей, значений, ассоциаций.

Фирменный знак - не изображение конкретного животного, а его *художественный образ*, он должен быть условным, стилизованным и передавать определенный характер. Правдивость изображения природы нужна на первоначальном этапе работы; натура постепенно приобретает условную, декоративную форму. Здесь допустимы нарушения пропорций, элементы мифологической образности, силуэт или движение могут стать изысканными, причудливыми, островыразительными, экспрессивными (даже в известном смысле «неестественными»).

Одна из главных задач трансформации в разработке фирменного знака - поиск выразительного характера, ассоциативности формы, в результате чего окончательный образ приобретает четкую индивидуальность, становится живым, одухотворенным, узнаваемым и запоминаемым. Когда пластические преобразования силуэтной формы мотива или отдельных его частей направлены на выявление образного гуманистического начала (т.е. очеловечивают, одухотворяют образ), нарушения пропорций, анатомического строения и другие деформации допустимы, оправданны и даже необходимы. При этом обязательно нужна мера условности: птица должна оставаться в зрительном восприятии птицей, несмотря на все преобразования.

В живописи и рисунке художник-анималист чаще всего выявляет индивидуальные особенности конкретного животного. В прикладной же графике индивидуальные черты теряют смысл, становятся лишними; зато усиливаются, заостряются типические (видовые) характеристики. Конкретная птица превращается в «птицу вообще». В этом заключается во многом смысл трансформаций.

Наглядный пример последовательной работы над графической трансформацией животного в условную знаковую форму - цикл литографий

Пикассо с изображением быка. Начав с подробно проработанного объемно-пространственного рисунка, через целый ряд стадий художник пришел к лаконичному, условному знаку быка. Каждое промежуточное состояние работы (стадия) имеет свое значение, и каждое из этих значений ведет к другой форме правды. То, что остается в итоге, несет в себе весь диапазон мыслей (полисемантику), подразумеваемый нами под словом «бык».

Итак, главные задачи трансформации природного мотива - создание выразительного художественно-графического образа. Путь к достижению этого - гармонизация внешней и внутренней ритмических структур объекта, органическое единство орнаментального образа с пластической формой мотива. При этом достаточно широко применяются и обобщенная натурная, и активно стилизованная, и условная, неизобразительная, абстрактная трактовка формы.

Эскиз разработанного фирменного знака дополняется логотипом или аббревиатурой фирмы. Сам знак (изображение) должен быть связан с логотипом (шрифтом) композиционно и стилистически. Общности можно добиться конфигурацией, фоном, пересечением и другими способами.

#### **Задание 9.** Графическая подача проекта

Завершающий этап разработки - графическая подача проекта на планшете. Его можно определить как *организацию условной (декоративной) окружающей мотив среды*. Эта условная среда может служить общим фоном всего планшета или быть фоном мотива, может входить в мотив как его составная часть, служить его дополнением, акцентировкой.

Выделяют четыре группы мотивов, организующих так называемую «условную среду» обитания животного.

1. Проникновение в фон отдельных элементов основного мотива, поддерживающих его ритм и пластику (чешуя, перья, рога и др.). Автор решает, какие из этих элементов целесообразно ввести в фон, определить их размер и ритм, степень условности, стилизации.



2. Введение в фон изображений того же животного, но другого характера (напр., семейство животных) или животное целиком и его маскарон (изображение головы).

3. Изображение продуктов деятельности животных (а также связанных с животными атрибутов), организованных в декоративный рисунок фона, - напр., такие мотивы как паутина, кокон, яйцо, термитник, гнездо, раковина, икринки, следы, клетки, охотничьи атрибуты и т.п.).

4. Элементы реальной среды обитания животного (ландшафта): растительность, почва, камни, вода, облака и др.

5. Дополнительные образные, фантастические, искусственные, юмористические элементы, ассоциативные, символические - очеловечивающие, одухотворяющие образ.

Кроме того, в мотив окружающей среды вводится обычно от одного до трех *хроматических цветов*, призванных придать проекту эмоциональную окраску. Цвет должен подчеркивать достоинства проекта, но не быть слишком активным. Здесь очень важно чувствовать меру соотношения разработки и фона.

Материалы, инструменты, техника подачи: тушь (черная и цветная), перо, кисть, акварель, гуашь, пастель, угольный карандаш, восковые мелки, фломастеры, трафарет, процарапывание, оггиск фактуры, аппликация, коллаж, отмывка, аэрография, компьютерная распечатка и др.

### **ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ**

Фирменный стиль - это набор цветовых, графических, словесных, типографических, дизайнерских постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство товаров (услуг), всей исходящей от фирмы информации, ее внутреннего и внешнего оформления".

Именно элементы ФС закладывают серьезную долю представлений о фирме и продукции, то есть - ее имиджа.

Главным элементом ФС безусловно является товарный знак (ТЗ - знак обслуживания) - оригинально оформленное художественное изображение,

служащее для отличия товаров или услуг предприятий или для их рекламы .  
Синонимы: торговый знак, эмблема, марка, фирменный знак, фирменная марка.

Товарные знаки могут быть: изобразительные, словесные, смешанные и объемные. Одна и та же фирма может иметь несколько зарегистрированных товарных, разработанных как для идентификации различных подразделений, так и для разных товарных групп.

Названия групп товарных знаков говорят сами за себя: раз знак изобразительный, значит включает конкретные или символические изображения.

Словесный товарный знак - это слово, сочетание слов или буквосочетание. К первым относятся такие известные знаки, как "Pioneer", "Рубин", "Факел", "Стимул". Ко вторым; "Три слона", "Русский стиль", "Гелла-принт". К третьим - придуманные искусственно слова, обычно не имеющие конкретного смысла и легко запоминающиеся, например "Panasonic". Оригинальное графическое исполнение товарного знака превращает его в логотип или просто лого.

Смешанные знаки, как это следует из названия, совмещают в себе и слово, и изображение.

Для чего нужен товарный знак - основной элемент ФС?

Перечислим главные проблемы, решаемые с его помощью.

- Идентификация фирмы и ее продукции.
- Создание положительного имиджа хозяина "знака".
- Удешевление рекламных затрат.
- Развитие корпоративного духа.
- Защита от недобросовестной конкуренции.
- "Украшение" повседневной деловой жизни.

Хороший товарный знак всегда красив и является дополнительным "украшением" товара, зданий, рекламы, рабочей одежды - всей инфраструктуры бизнеса.

. Хороший товарный знак оценивается добрым десятком критериев, среди которых эстетическое совершенство - необходимое, но недостаточное условие.

**Этап 1** - разработка эскизов товарного знака или логотипа. На этом этапе предоставляется несколько эскизов с проработкой двух-трех цветовых решений.

Имеет смысл остановиться на критериях оценки качества созданного товарного знака. Хотя художественное произведение оценивать сложно, объективные критерии оценки все же существуют.

**Оригинальность, индивидуальный характер знака.** Речь здесь идет не только о желании создать что-то новое, свое, но и об охраноспособности созданного. Если знак окажется слишком похожим на уже имеющиеся, это из рук вон плохо, поскольку неоригинальность перекроет ему "дорогу в жизнь". Степень схожести определит эксперт-патентовед, но видимая схожесть - плохое предзнаменование. Неоригинальность логотипа (названия) определяется проще, компьютерным перебором, но тоже ничего хорошего не сулит.

**Лаконичность/выразительность.** Знак, отягощенный большим количеством деталей, конечно, не застрянет при проверке оригинальности. Но он не отвечает основному требованию -легкости идентифицирования. Воспроизводить их технологически сложно.

Технологичность, универсальность. Одно и то же изображение должно легко наноситься (и хорошо смотреться) на бумагу, кожу, пластик, бетон, дерево. Знак может быть величиной от 5 мм (на ручке) до 15 м и более (на брандмауэре). Он должен быть красив и в цветном, и в черно-белом исполнении. Он не должен создавать проблем технологам при любом виде воспроизведения. Он должен обладать вариабельностью, то есть возможностью модификаций.

Менять фирменный стиль - весьма хлопотное занятие. А потому для знака важна долговечность.

Долговечность. Знаки рано или поздно устаревают. На них тоже приходит и уходит мода. Поэтому нужно создавать знак, который допускает модернизацию, оставаясь при этом абсолютно узнаваемым. Основных правил здесь два. Первое - не следовать за модой. Если все рисуют, скажем, "линейчатые" знаки (конец 80-х годов), не делать себе такой же, каким бы современным он не казался. Через пару лет знак может стать смешным или банальным. Второе - не насыщать знак конкретикой. Например, фирма 40 лет назад выпускавшая арифмометры, ввела его изображение в товарный знак. Еще через 10 лет появились электронные калькуляторы и уничтожили арифмометры как "класс". Нынешние молодые люди просто не поймут, что изображено на знаке. Вообще не желательно вводить в знак шестеренки, паровозы, рыцарей и т.д. Если уж так хочется, то лучше использовать стилизованные изображения. А еще лучше - абстрактные образы. Знак должен быть рассчитан на длительную перспективу использования.

Интернациональность. Знак работает без слов и в разных странах. Поэтому он должен вызывать добрые чувства у всех, кто на него смотрит. Некоторые рекомендации очевидны: нужно избегать символов, которые в разных странах воспринимают по-разному. Например, крест в знаке вряд ли тепло будет принят в мусульманской стране. А широко распространенный жест имеет в одном государстве очень дружелюбную окраску, а в другом, как раз на противоположной стороне планеты, достаточно неприличную

***Адекватность, многозначность, ассоциативность.***

Знак безусловно рождает ассоциативные образы, и это надо учитывать. Легкий, стремительный, неуравновешенный росчерк вполне может стать логотипом парфюмерной фирмы, но никак не годится для банка. Тут нужны зрительно устойчивые, может быть, даже тяжеловесные конструкции. В банке все должно быть солидно и надежно, в том числе товарный знак.

Фонетическое совершенство логотипа. Продукция и услуги вполне могут быть великолепного качества, но часть потребителей будет потеряна из-за неудачного названия.

Выполнив эскизы знаков, нужно проверить их на соответствие перечисленным критериям. Вычеркните те, которые по каким-то, параметрам не удовлетворяют им. Оставшиеся отложите и через некоторое время посмотрите еще раз. Обычно нравятся сразу два-три варианта. Иногда можно определить, что конкретно нравится в каждом и попытаться объединить эти признаки.

Выбранный эскиз дорабатывается художником до окончательного варианта, утверждается у Заказчика и становится основой для работ следующих этапов.

*Этап 2* - разработка оригинал-макетов основных элементов ФС. Сюда входят: товарный знак и/или логотип, фирменный блок (знак, логотип и реквизиты), бланки (центральный, угловой, форматов А4 и А5), визитки фирмы и персонала, наклейки трех форматов, конверты трех форматов, элементы сувенирной рекламы (ручка, флажок, зажигалка, брелок, значок, воздушный шарик), фирменные листки для записей, документы бухгалтерского учета (счет, накладная, приходный и расходный ордера, доверенность и т.д.). Однако 20...25 элементов ФС вполне достаточно.

Одновременно со 2-м начинается и 3-й этап: подготовка материалов к заявке на регистрацию товарного знака во ВНИИГПЭ. Суть работы заключается в предварительной патентной экспертизе знака или логотипа на оригинальность. Если в выбранном классе (все виды деятельности поделены на классы) найдется ранее поданный знак, слишком похожий на заявленный к регистрации. Заявителю в регистрации откажут.

Есть много тонкостей в деле регистрации. Например, правильнее защищать свой знак в черно-белой гамме. Тогда можно прикрыть любое цветное решение. Обратный вариант ... "несимметричен" и невыгоден. Невыгодно пытаться защитить свой знак в классах, в которых не собираетесь в ближайшее время работать. Заявок можно подавать сколько нужно: на графический знак, на логотип (русский и латинский), на смешанный знак, состоящий из изобразительного и логотипа, на различные типовые решения.

Важно получить приоритетную справку ВНИИГПЭ, свидетельствующую о том, что документы на регистрацию разработанного товарного знака оформлены верно, и, главное, разрешающую открытое опубликование знака с сохранением приоритета по дате подачи им заявки на регистрацию.

Государственное свидетельство о регистрации знака придет позже, обычно не раньше, чем через год.

Для хорошо разработанного ФС только лишь эстетического совершенства недостаточно. Он должно еще удовлетворять всем функциональным и технологическим требованиям.

***Функциональность. Красиво – не всегда функционально.***

Часто встречается использование линейчатого спектра и других графических упорядоченных структур. В силу известных физических законов они могут вызывать эффект "ряби в глазах", а при телевизионном, показе - зрительный эффект движения полос. Нежелательно применять для новых оригинал-макетов "старые" тоновые, полиграфически выполненные, иллюстрации. Их электронное сканирование в силу тех же законов может привести при дальнейшем полиграфическом воспроизведении к очень неприятному дефекту - появлению муара (образованию видимых глазу упорядоченных структур, дизайнерами вовсе не предусмотренных).

В последнем примере – нарушение и функциональности (рябь в глазах от "полосатых" объявлений), и технологичности (появление дефектов при продвижении макета по технологической цепочке), что все равно приведет в итоге к потере первого качества. Убогое в творческом или смысловом плане решение никогда не обеспечит выполнения заданных ему функций!

К сожалению, нефункциональными могут оказаться даже талантливые произведения.

На уличном щите даже с небольшого расстояния близкие, действительно гармонирующие цвета сольются, сделав информацию

нечитаемой. Например надписи сделаны голубым по синему. Увеличив контрастность цветов, можно добиться функционального соответствия.

Важно обратить внимание на цветовые решения для движущихся носителей информации ФС. Разборчивость убывает в такой последовательности: "черные буквы (рисунок) на желтом фоне", "черное на белом", "желтое на черном", "белое на черном", "синее на белом", "белое на синем", "синее на желтом", "желтое на синем", "зеленое на белом", "белое на зеленом", "коричневое на белом", "белое на коричневом", "коричневое на желтом", "желтое на коричневом", "красное на белом", "белое на красном", "красное на желтом", "желтое на красном".

В одном макете использует шрифты одной, максимум – двух гарнитур. Необходимо учитывать соразмерность используемых шрифтов.

Для облегчения пользования сведем основные правила работы со шрифтами в "памятку":

- Не используйте для печатной продукции шрифты с кеглем меньше 8-го ("петит"). Самые употребительные кегли для основного текста с 8-го по 10-й (высота букв от 2.8 до 3.8 мм). Для подзаголовков и заголовков - соответственно более 10 пунктов.

- Усиливать контрастность выделением особо важных мест можно не только введением новых шрифтов, но и увеличением кегля, изменением жирности шрифта (нормальный, полужирный, жирный), применением курсива (наклонное начертание). Короткие строчки плохо смотрятся, длинные... утомляют.

- Избегайте употребления неудобочитаемых декоративных шрифтов, кроме как в слоганах и логотипах... Нетехнологичный макет, скорее всего, будет плохо тиражирован, а, стало быть, потеряет в функциональности.

Главное правило: разрабатывая оригинал-макет, дизайнер должен понимать суть последующих технологических процессов. Например, макет листовки, тиражируемой на ризографе, не должен иметь крупных плашек и плотных заливок (т.е. больших плотно окрашенных поверхностей) - это

приведет к неравномерному насыщению оттисков и отмарыванию обратной стороны следующей листовки (она будет падать на еще "мокрую" красочную поверхность предыдущей).

Пресс горячего тиснения не сможет пропечатать точечный растр, очень тонкие линии или линии, стоящие слишком близко друг к другу. Делая макет декорирования авторучки, нужно точно знать возможности тампонной печати, чтобы избежать, скажем, заметных искажений рисунка при печати с плоской формы по неплоской поверхности.

Понимая технологию, при макетировании можно не только избежать последующего брака, но и удешевить допечатные процессы. Например, совершенно не нужно сканировать слайд на барабанном сканере с разрешением 3600 точек на дюйм, если Вы собираетесь в дальнейшем печатать его без увеличения с линиатурой растра 130 линий на дюйм. Скорее всего, достаточным окажется планшетный сканер с разрешением 600 или даже 300 (!) точек на дюйм.

Самый красивый макет может быть загублен скверной полиграфией. Уменьшить вероятность этого часто можно, используя штриховой рисунок вместо тонового. Его испортить сложнее.

Функциональность повышается при разработке блочной структуры рекламных обращений. Такой системный подход имеет серьезные преимущества: соблюдается полное единство стиля в публикациях. А это ведет к их высокой узнаваемости.

### ***Цветовой алфавит***

Наиболее сложные задачи встают перед дизайнером при работе с цветовым алфавитом. Сложность эта вызвана природной ограниченностью цветового алфавита. 'Ограничен, безусловно, и шрифтовой алфавит, имеющий не более 50 знаков, однако возможности вариаций этих знаков беспредельны. Бесконечно разнообразным может быть знаковый алфавит. Возможности различения человеком цветовых оттенков хотя и достаточно велики, но проявляются только при одновременном предъявлении.



Запоминание же цвета в качестве знака вне остального цветового контекста ограничивается количеством в 7—10 цветов. Это свойство накладывает серьезные ограничения на применение цвета в качестве информационного алфавита. Существует традиционный цветовой алфавит для сигнализации наиболее важных состояний объекта в отношении к человеку:

красный — опасность, авария, повышенное внимание, запрет и т.п.;  
желтый — внимание, предостережение, режим, близкий к критическому, и т.п.;

зеленый - норма, разрешение и т. п.;

синий — информация, указание, пояснение и т. п. Однако кроме этих общепринятых значений часто создаются специальные отраслевые алфавиты. В качестве примера можно привести алфавит сигнальных цветов трубопроводов, нормированный ГОСТом. Здесь каждый тип жидкости, или газа обозначен определенным цветом. Применение этого кода может быть расширено, в частности использовано для приборов. Цветовой код был использован, например, для обозначения измеряемых электрических параметров. Однако в обоих случаях избегали использования открытых сигнальных цветов, оставляя за ними традиционные значения. Здесь еще возникает проблема межсистемного взаимодействия: тот же цвет в одной отрасли обозначает одно, в другой - другое. Встречаясь в одной среде, они могут вводить человека в заблуждение. Все эти сложности не снижают информативности цвета, которая должна использоваться в графическом решении изделия. Часто цвет как кодовое средство используется наряду со знаковым и шрифтовым алфавитами, внутри них, что повышает информационную убедительность, выразительность и эстетическую значимость цветографического текста. Особая роль отводится цвету в создании фирменного стиля. Известно применение как фирменного цвета, так и фирменных цветовых гамм. И здесь цвет выступает как информационное средство, отличая продукцию одной фирмы от другой. В заключение нужно сказать о цветовом алфавите следующее:

сложность работы с ним зачастую служит причиной отказа от его использования. Задачей дизайнера является более широкое использование цвета именно в информационном, языковом значении..

### ***Объекты-носители***

Следующий блок модели, блок 3, содержит перечень возможных объектов-носителей - изделий, на которые наносится цветографический текст. Для того чтобы дизайнер четко осознавал место в предметном мире проектируемого им изделия и графики на нем и решал, графический текст, соотнося его с требованиями предметной среды в целом, этот перечень должен быть классифицирован. Основание классификации должно работать на решение графической задачи. Таким основанием может быть, например, сфера функционирования вещи. Разделим, все носители на средства производства, средства массового обслуживания и изделия индивидуального потребления. Возможно еще выделение специфического класса носителей, строго говоря, самостоятельными изделиями не являющихся, а представляющих собой спутники вещей: средств хранения и сопровождения изделий в разных сферах — производства, распределения и потребления. Сюда входят упаковка, реклама, сопроводительная документация (паспорта, инструкции, упаковочные листы и т. д.).

### ***Весомость цветографических сообщений***

Разобрав вопросы о содержании сообщений (что сообщается), об их алфавитах (чем сообщается) и о носителях (на чем нанесены сообщения), перейдем к вопросу об "интонации" текстов, о "модуляции" составляющих их сообщений, т.е. к вопросу, как сообщается тот или иной визуальный текст. Рассматривая вопросы о веесомостях, приоритетах сообщений в каждом конкретном тексте, нельзя забывать о соотношениях весомостей самих текстов на различных носителях и о специфике распределения приоритетов внутри текстов в зависимости от класса носителей. Так, на средствах производства самой существенной частью текста является способ обращения. Причем при разработке этой части наибольшее внимание должно быть уде-

лено его функциональным средствам, так как от этого зависит эффективность работы человека с оборудованием, а зачастую и безопасность. Здесь на первый план выступает однозначность восприятия текста, его быстрая и точная читаемость. Весьма значительная роль отводится и сообщению о принадлежности изделия. Это сообщение визуализируется товарным знаком (знаковый алфавит), логотипом (шрифтовой алфавит), фирменным цветом (цветовой алфавит) или комбинацией этих алфавитов. Существенную роль играют также фирменная специфика в выборе алфавитов для сообщений о способе обращения, их фирменная компоновка, организация, использование фирменного цвета в этой части текста.

В изделиях индивидуального потребления на первый план по звучности может выходить\* название вещи, часто выполняющее престижные функции, а также товарный знак. Товарный знак и название несут огромную нагрузку в сфере торговли, помогая покупателю выбрать "свой" товар, а производителю — преподнести продукцию.

Меньшая роль в сфере индивидуального потребления отводится текстам о способе обращения. При постоянном контакте потребителя с вещью вырабатывается устойчивый навык работы с ней, и ознакомление со способом обращения нужно только на начальном этапе контакта с изделием. Центр тяжести этого контакта переносится на сопроводительный документ — паспорт, инструкцию, который часто, к сожалению, выпадает из поля зрения дизайнера, решается в "производственном" стиле, написан неграмотно и нередко недоступен для понимания широким кругом потребителей. Тем не менее успех начального контакта во многом определяется и качеством цветографического текста на изделии. Знаковый алфавит этого текста должен быть максимально понятен большому кругу людей, поэтому предпочтительнее использовать пиктограммы, менее абстрагированные, лежащие ближе к иконическим знакам, фигуративным изображениям. Хотя и здесь имеются исключения. Например, удовлетворяя стремление любителей к профессиональной радиоаппаратуре высокого класса, ее разработчики

решают графику в подчеркнуто сухом, деловитом, "приборном" стиле: на эту задачу работают и символы, и особый "приборный" шрифт, и специфически приборные линии, расчерчивающие панель на функциональные зоны, обилие не всегда нужных оцифровок и т. п. Серьезные требования предъявляются к графике средств массового обслуживания. Если соотнести между собой звучность цветографических текстов на изделиях всех трех сфер, то увидим, что самыми активными они выглядят именно на средствах обслуживания. Это и понятно: человек, вступая в контакт с торговым автоматом, бензоколонкой, оборудованием прачечной самообслуживания, должен за короткий промежуток времени увидеть и прочесть на изделии порядок работы с ним. Поэтому на первый план в графических текстах обслуживания выступают сообщения о способе работы, тогда как знаки производителя вторичны или вовсе отсутствуют на видимых поверхностях. В самом деле, человеку неважно, кто производит междугородный телефон-автомат, зато ему крайне важно быстро и безошибочно узнать порядок своих действий. Особое место занимает в сфере массового обслуживания сообщение о принадлежности средства той или иной обслуживающей фирме или организации. Здесь важны и престиж фирмы, и реклама ее услуг. Однако необходимо проявлять осторожность и, формируя графический текст, правильно соотносить нужды потребителя и апломб фирмы, чтобы второе не мешало первому. Особое значение сообщение о принадлежности приобретает, например, на транспортных средствах оперативных служб. Здесь сообщение о том, что эта машина принадлежит милиции или скорой помощи, помимо основной коммуникативной функции, выполняет также роль визуального сигнала, способствующего беспрепятственному проезду этих машин. Знаменательно, что в данном случае основной алфавит — цветовой. Он поддержан и графическим решением — полосами, контрастными к основному цвету и подчеркивающими его. Опыт эксплуатации подобных машин показал, что выбор именно цветового алфавита оказался безошибочным, эмоциональное воздействие сигнального цвета проявилось в

полной мере. Интересна практика применения цветографики в таком средстве массового обслуживания, как игровые автоматы. Это экстремальный случай, пример максимальной "критичной" весомости текста. Здесь цветографический текст настолько активен, что он "уничтожает" саму вещь как материальный объект. Делается это для того, чтобы заинтересовать, зазвать, заманить человека и создать иллюзию, игровой образ.

### ***Работа с моделью***

Рассмотрев все блоки модели, можно показать на примере (см. схему), как работать с моделью в том или ином конкретном случае. Пример этот условен и показывает лишь методику первоначальных проектных действий дизайнера при разработке цветографического решения изделия. Как уже говорилось выше, на этой стадии необходимо учитывать множество требований, ограничений, нормативов и традиций. Еще один пример — цветографический текст на внешних поверхностях пассажирского самолета. Он удобен для рассмотрения, потому что минимален (если исключить мелкие надписи технического характера на лючках, крышках, разъемах и т. п.). Итак, первое по весомости сообщение — принадлежность фирме. Алфавит шрифтовой, надпись "Аэрофлот" выполнена фирменным шрифтом. Второе по значимости сообщение принадлежность стране (второе потому, что частично оно уже показано в названии фирмы). Оно, по традициям и нормам гражданской авиации всего мира, визуализировано изображением цветов национального флага на киле; алфавит цветовой. Это же сообщение дублируется надписью «Россия» на крыльях; алфавит шрифтовой. Третье по весомости — номер машины; алфавит шрифтовой. Последнее — марка самолета; алфавит шрифтовой. Вся графическая схема дополнена и взаимосвязана особым графическим рисунком — мостом между художественным образом машины и графическим текстом на ней. Образ и стиль

Здесь мы подошли к важнейшему моменту в графическом проектировании вещи: взаимосвязи композиции текста с образом изделия. Признавая всю важность методики собирания, выстраивания текста как

целостной композиции, мы не будем тем не менее касаться здесь этого вопроса, так как он достаточно хорошо освещен в соответствующей литературе. Единство и характер образа, соответствие его общей концепции, принятой автором дизайнерского решения вещи, - вот одна из главных задач графического проектирования. Совершенно очевидно, что если это единство не будет соблюдено, продукт дизайнерского проектирования можно считать несостоявшимся. Отсюда следует, что уже на первом этапе применения специфических средств проектирования дизайнер прежде всего создает некоторый абстрактный образ объекта, ориентируясь на который он и проводит все дальнейшие манипуляции. Легко видеть, что этот образ рождается не сам по себе, а как результат взаимодействия дизайнера с современной ему культурой. Обычно наиболее общий результат такого взаимодействия именуют "стилем", и в этом смысле можно сказать, что дизайнер с целью создания визуально связанного текста должен действовать внутри соответствующего стиля. Но здесь мы встречаемся с трудностями двоякого рода. Во-первых, дизайнеру вовсе не достаточно находиться лишь в рамках современного ему стиля, профессиональный статус заставляет его двигаться вперед, если он не хочет потерять квалификацию. Это особенно относится к дизайн-графике, которая является наиболее подвижной областью дизайна. Следовательно, существующий визуальный стиль не может удовлетворять профессионала и он должен прибегать к поисковым работам, которые, всегда представляют известный риск. Сложности второго рода связаны уже не с теоретическими, а с чисто практическими проблемами, прямо вытекающими из современного состояния визуальной культуры. Каждому внимательному наблюдателю давно уже ясно, что нынешний ее стиль — это эклектика, которая так же, как и во второй половине XIX в., связана, во-первых, с большим престижем истории культуры и, во-вторых, с большим количеством новых технических приемов, которые, не найдя еще собственных средств выражения, вторгаются в установившуюся систему визуальных средств и разрушают эту последнюю. Следовательно, для

создания целостного образа существуют, с одной стороны, многочисленные возможности, которые представляют необозримое поле для выбора, а с другой — необходимость войти в узкие рамки задания, обеспечивая, кроме того, движение вперед, которое в конечном итоге должно, привести к созданию нового визуального стиля. Складывающийся образ должен находиться в некотором равновесии между традициями и новаторством, поскольку он выполняет двоякую функцию: для потребителя он в основном средство опознания и поэтому должен быть традиционен, для дизайнера он способ движения к новой культурной действительности.

В процессе работы над созданием графического оформления необходим строгий контроль за получаемым результатом. Если единство не достигнуто из-за рассогласованности компонентов, дизайнер должен провести дополнительную работу, уже не с алфавитами в целом, а с их элементами. Под элементами мы понимаем здесь общие особенности конфигурации букв, цифр и знаков, их пропорции (толщину линии обводки, ее характер, подсечки, закругления, отношения между элементами и т.д.), а также характеристики цвета (насыщенность, оттенки и др.). В заключение следует обратить внимание на проблему технологии реализации графического решения. Без знания дизайнером различных технических приемов нанесения изображений на разные материалы и поверхности невозможно ни само проектирование, ни тем более воплощение проекта. Часто грамотное графическое решение дискредитируется примитивной его реализацией, например приклепкой грубого алюминиевого тильда или нанесением надписи по трафарету нестойкой краской. Технология нанесения должна определиться на самых ранних стадиях разработки, так как каждый технологический прием обладает своим, ему присущим спектром выразительных возможностей.

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ КАК ОБЪЕКТ КОМПЛЕКСНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В  
ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ: ТЕРМИНОЛОГИЯ, ФУНКЦИИ, СТРУКТУРА**

***Понятие и содержание фирменного стиля***

Фирменный стиль - важнейшая часть современного маркетинга. С его помощью крупные компании завоевывают место на международном рынке. Он давно стал нормой деятельности предприятий и учреждений в мире, привлекает внимание, точно идентифицирует объект, поддерживает его репутацию, определяет место в международной системе связей. Как реклама, так и "паблик рилейшнз" получают в рамках коммуникативной политики, стратегии фирм все большее значение, предоставляя определенным группам потенциальных потребителей важную информацию. Фирменный стиль требует концентрации всех видов, средств и способов рекламы, которыми располагает фирма.

Фирменный стиль складывался постепенно, когда крупнейшие компании пришли к идее активной, масштабной рекламы; необходимо, чтобы на тебя обратили внимание, выделили среди других, запомнили, отдали приоритет, привыкли. Чтобы завоевать авторитет и прочное положение, нужно активно, последовательно, грамотно и разнообразными средствами создавать собственный образ (или миф) в общественном сознании. В условиях укорачивающихся рыночных циклов важнее становится не рекламировать единичный продукт, имеющий ограниченное время существования, а направлять внимание групп потребителей на весь спектр возможностей фирмы: ее компетентность, философию и приоритеты, самочувствие сотрудников, коммуникационную политику, внешний облик. Так постепенно складывалась система визуальных и других средств рекламы.

Первый из известных нам фирменных стилей был разработан крупным немецким дизайнером Питером Беренсом еще в 1907 г. для крупнейшего электротехнического концерна АЭГ, имевшего международную сеть филиалов. Этот стиль включал логотип, фирменный шрифт и цвета, оригинальный дизайн изделий, организацию производственной среды, рекламные плакаты и



другие элементы, сочетавшие эстетические качества с функциональностью. Однако широкомасштабное внедрение фирменных стилей началось только в 50-е гг. XX в. и достигло расцвета в 60-е гг. Тогда же и появилось само понятие "фирменный стиль" (ФС).

Это самый удобный и универсальный термин, но при этом очень расплывчатый. В зарубежной литературе по маркетингу более употребителен другой термин - corporate identity ("корпоративная идентичность"). Точной и устойчивой терминологии для этого явления до сих пор нет. В зарубежной и отечественной литературе существует множество обозначений ФС, вносящих путаницу.

Вот только некоторые синонимы ФС, встречающиеся в литературе: единый скоординированный визуальный стиль; фирменный комплекс; система визуальной коммуникации объекта; координационный дизайн; комплексная программа визуальной идентификации и презентации; систематический проработанный единый ФС; унифицированная визуально-информационная система; корпоративная реклама; комплексное (визуальное) решение объекта; корпоративная дизайн-система; ансамбль визуальных (графических) констант; система визуальных рекламных стандартов; концептуальное решение образа; коммуникативный визуальный стиль; престижная реклама; визуальный образ (облик) фирмы и т.д. Все эти обозначения отражают разные аспекты ФС: визуализацию (наглядность) подачи информации, согласованность всех рекламных выступлений, комплексное проектирование, образность и эмоциональный характер средств, создающих "лицо" фирмы, стилистическое единство всех элементов (констант), единые принципы дизайнерских решений в полиграфической, наружной и др. видах рекламы, коммуникативную роль, формирование мифа как "сверхценности" и др.

Поэтому термин ФС требует уточнения и конкретизации как предмет проектирования в графическом дизайне. Когда говорят "фирменный стиль", до сих пор трудно понять, о чем конкретно идет речь. Дело в том, что

современный ФС - широкое понятие, охватывающее весь комплекс факторов и средств, создающих привлекательный образ "фирмы": в него входят ассортимент и качество предлагаемой продукции или услуг, характер взаимоотношений с партнерами и потребителями, формы рекламных кампаний и презентаций, стиль работы сотрудников, их внешний вид (в т.ч. форменная одежда), обстановка офисов и предприятий (вплоть до рисунка обоев и цвета занавесей) и многое другое, включая звуковые, световые и другие коммуникационные средства. Среди трех основных составляющих ФС - мировоззренческой, поведенческой и визуально-коммуникативной - последняя является самой важной благодаря наглядности и доступности информации и активности воздействия на миллионы людей. В свою очередь, не все визуальные средства являются предметом проектирования в графическом дизайне. Сюда не входят, напр., конструирование, организация предметной среды, видеопродукция и др.

Под областью существования ФС подразумевают обычно сферу производства и реализации товаров и другой промышленной продукции (отсюда термин "промышленная графика") и связанных с нею услуг. В действительности же (хотя эта сфера по объему, весомости и значению стоит на первом месте) применение ФС гораздо шире и разнообразнее. Подобные визуальные комплексы проектируются для международных, государственных, социальных, научно-технических, образовательных, военных, культурных и многих других объектов, учреждений, служб, ведомств, вплоть до религиозно-культовых объектов и разовых мероприятий. Такие разработки могут иногда сыграть важную роль в прикладной графике и коммуникативном дизайне (напр., дизайн-стиль голландской почтовой службы или оформление выставки "ИБА-89"). В разработке графического комплекса Московской олимпиады, где работала целая группа дизайнеров-графиков, были сформированы основные принципы современной отечественной прикладной графики, выработан оригинальный дизайн-стиль.

Таким образом, термин "фирменный стиль" стал наиболее распространенным и удобным как самое общее и условное обозначение всех составляющих образа фирмы, как сумма черт, характеризующих ее отличительные особенности, включающих репутацию, философию, рекламную деятельность и внешний дизайн. Обычно же этот термин понимается в более узком смысле как набор постоянных оформительских элементов, т.е. вся информация визуального характера. Эта часть ФС и является предметом проектирования для дизайнеров-графиков и обозначается как "графический комплекс ФС" (используются также термины "система визуальной идентификации", "ансамбль графических констант" и т.д.). Следует отметить, что графический комплекс ФС содержит только часть визуальной информации и не включает в себя много других визуальных средств, являющихся областью проектирования в предметном дизайне, ландшафтном и фитодизайне, оформлении интерьеров и экспозиций, работу конструкторов, модельеров, стилистов, визажистов, фотографов, режиссеров ТВ-рекламы и др. При этом графическим комплексом является стилеобразующим, он - "ядро", основа ФС и выполняет все его основные функции.

***К этим функциям относятся следующие:***

1. *Идентификационная* - опознавательные признаки фирмы, ее "паспортные данные": происхождение, организационная структура, ведомственная принадлежность, отношение к более общим структурам, род и вид деятельности и т.д.

2. *Коммуникативная* - прямая информация о фирме: сведения о характере ее деятельности, возможностях, ассортименте товаров и услуг, перспективах, взаимоотношениях с партнерами и потребителями, системах поиска и т.п.

3. *Рекламная-символический образ* фирмы, "имидж", выражающий ее уникальность, преимущества, привлекательность, престижность, высокое качество продукции, надежность, жизненную позицию др., т. е. качества и ценности, которые фирма желает внушить потребителю.

4. *Защитная* - это элементы ФС, зарегистрированные в установленном порядке и пользующиеся правовой защитой, охраняющие все производимое фирмой от подделок, присвоения, незаконного использования и т.д.

Кроме того, наличие разработанного стиля позволяет фирме оперативно, эффективно и с относительно небольшими затратами провести любую рекламную кампанию, используя методические рекомендации по применению ФС.

### ***Графический комплекс ФС***

Это набор (система) графических средств, приемов и способов подачи всей исходящей от фирмы информации, обеспечивающий ее визуальное и смысловое единство. характер внутреннего и внешнего оформления фирмы и всей ее продукции, создающий единый визуальный образ.

Графические комплексы визуальной идентификации проектируются не только для крупных предприятий в расчете на перспективу, постоянное или долговременное использование, но и как визуальный облик единичных или периодических мероприятий, акций, кампаний, - таких, как фестивали, конкурсы, экспозиции, спортивные соревнования, симпозиумы, юбилеи и т.д. Графический комплекс ФС - не строго регламентированная форма, он может иметь разный состав, разное количество компонентов, различные доминанты и формы подачи визуальной информации. Значение и масштабы использования его тоже очень разнятся - от оформления разовых мероприятий (вечер, презентация), небольших магазинов или агентств до разработки международной и государственной геральдики и атрибутики (гербы, флаги и штандарты, печати, знаки отличия, форма официальных документов и т.д.).

Графический комплекс состоит из группы визуальных (графических) констант (стилеобразующих элементов и размерных величин) и единых принципов (системы) оформления рекламно-информационной продукции для всех объектов-носителей. В него входят следующие группы констант:

*изобразительные (графические)* - фирменные знаки. знаки товарных групп, подразделений, служб, рекламные персонажи; *шрифтовые* - фирменная надпись (логотип), логотипы товарных групп и товаров, подразделений, комплект фирменного (опорного) шрифта и дополнительных шрифтов, слоганы, аббревиатуры, вывески, плакатные и заголовочные шрифты, приборные и маркировочные шрифты, цифры;

*цветовые* - фирменная цветовая гамма (цветовой спектр), цветовая гамма товарных групп и подразделений, фоны, цветовое решение интерьеров, транспорта, одежды;

*декоративные* - орнаменты, текстуры, раппорты, плашки, рамки, линейки, стрелки, декоративные модульные элементы для суперграфики;

*композиционные* — графические монтажные элементы, модульные сетки, конфигураторы, типовые варианты компоновки рекламных материалов на объектах-носителях;

*дизайнерские* - типовые формы и размеры объектов-носителей, системы поиска и ориентации, схемы, указатели, комплекты оригинальных сигнатур, обслуживающих пиктограмм, знаков безопасности, приборных, инструктивных знаков, маркировки, оригинальные формы упаковок;

*типографские* - модульная система верстки печатной продукции, типовые форматы, наборные шрифты, оригинальные элементы полиграфической продукции (высечки, клапана, фальцовка, нестандартные материалы и т.д.).

К стилеобразующим элементам (константам) графического комплекса ФС относятся:

*фирменный знак* (товарный знак, торговая марка, знаки подразделений) - условное обозначение фирмы или товара в форме оригинального символического изображения (эмблемы); изобразительный, комбинированный, объемный;

*логотип* - оригинальное художественно оформленное начертание фирменного наименования (наименования подразделений, товарных групп, отдельных товаров); полное, сокращенное, аббревиатура;

*фирменный опорный шрифт* — полный комплект всех знаков шрифта одного начертания (гарнитуры) для всех фирменных надписей, заголовков, оформительских работ; возможны 2-3 гарнитуры, сгармонированные по стилю;

*спектр фирменных цветов (ключевая цветовая гамма)* - набор специально подобранных сгармонированных оттенков, исключительно или преимущественно употребляющихся в подаче визуальной информации фирмы; обычно 2-3 цвета; подразделения и товарные группы могут иметь свои цветовые спектры, но обязательно выстроенные по одной цветовой модели с основным.

*графические монтажные элементы (константы)* - набор главных стилеобразующих элементов, скомпонованный в фирменный блок; композиция из эмблемы, логотипа и обязательных надписей - сведений о фирме (реквизитов), включающих полное юридическое название фирмы, почтовые и банковские реквизиты (полный почтовый адрес, №№ телефона, факса, телекса, сайта в Интернете, № электронной почты, № расчетного счета и название соответствующего банка и т.д.) на одном или двух языках, в цветном или черно-белом вариантах; обычно разрабатывается несколько типовых композиционных вариантов, рекомендующихся для использования в оформительских работах;

*слоган (девиз)* - краткое образное изречение, выражающее кредо фирмы или рекламный призыв; оформляется графически в виде надписи установленного начертания (с использованием фирменных шрифтов), регистрируется как фирменный знак;

*рекламный (графический) персонаж: (официальный талисман, сувенир)* - специально созданный условный художественный образ, типаж (человек, животное, одушевленный предмет, сказочный герой и т.п.);

рекламный герой выполняет функцию живого посредника между производителем и потребителем;

*фирменный декоративный модуль (абстрактный декоративно-орнаментальный мотив, образец текстуры)*

- применяется для раппортных композиций, организации фонов, в печатной продукции, для заполнения плоскостей рекламоносителей (суперграфика);

*обслуживающие пиктограммы* — фирменный комплект оригинальных знаков визуальной коммуникации для обеспечения ориентирования, поиска информации, безопасности в зонах действия ФС; одновременно разрабатываются таблички-указатели, стрелки направлений и модель комплектования в единую систему;

*размерно-модульная система (модульные сетки, конфигураторы)* - устанавливает пропорциональные и пространственные закономерности в соотношении и расположении основных структурных элементов ФС на рекламоносителях, которые выстраиваются на основе избранной размерной величины (модуля) для упорядочивания компоновки визуально-информационных материалов и форматов носителей ФС; основой этой системы чаще всего является модульная система верстки полиграфической фирменной продукции.

К основным стилеобразующим элементам иногда относят флаг (вымпел) и печати фирмы, почтовые штемпеля, сертификационные и маркировочные знаки, производственные клейма и т.д.

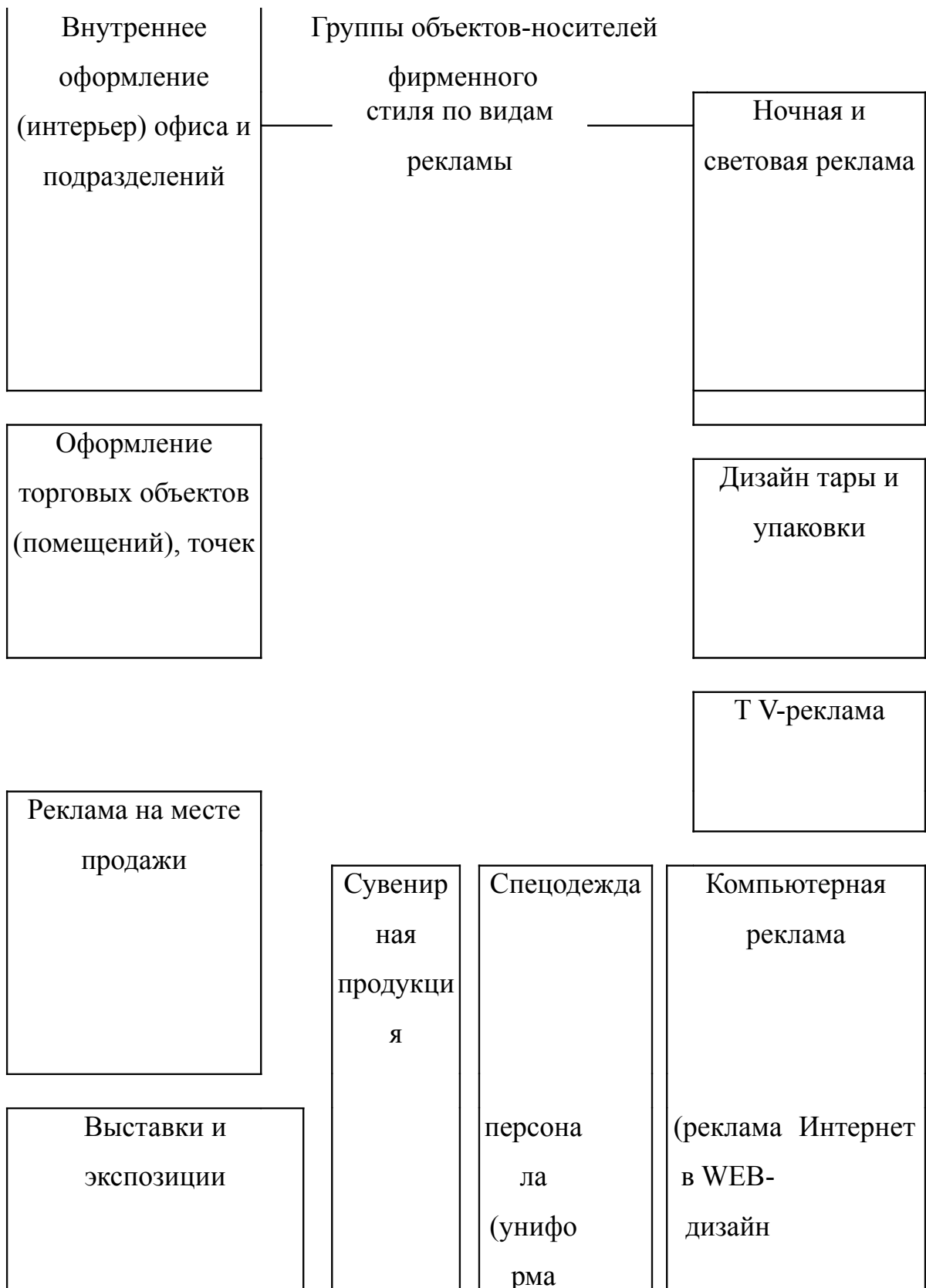
### ***Группы объектов-носителей ФС по видам рекламы***

Кроме группы стилеобразующих элементов в структуру графического комплекса ФС входит графическая подача фирменной символики на различных объектах-носителях, Образцы дизайнерских решений входят в общий проект и приводятся в методических рекомендациях по использованию ФС.

На приведенной схеме отображена структура графического комплекса фирменного стиля:







***Укажем основные группы подачи фирменной символики:***

Деловая (внутрифирменная) документация

Прямая почтовая реклама

Техническая (нормативная) документация  
Полиграфическая продукция (печатная реклама)  
Производственные помещения и промышленная продукция  
Товаросопроводительная документация  
Наружная и дорожная реклама  
Внутреннее оформление (интерьер) офиса и подразделений  
Оформление торговых объектов (помещений), точек  
Реклама на месте продажи  
Выставки и экспозиции  
Реклама в СМИ  
Листовая печатная (настенная)  
Сувенирная продукция  
Спецодежда персонала (униформа)  
Визуальные коммуникации, поисковые схемы, системы ориентации  
Реклама на транспорте  
Ночная и световая реклама  
Дизайн тары и упаковки  
ТВ-реклама  
Компьютерная реклама (реклама в Интернет, WEB-дизайн).

1. *Деловая (внутрифирменная) документация:* фирменные бланки (центральный и угловой) для внутренних деловых документов, бланки коммерческих писем, бланки для международной переписки, бланки приказа, почтовые конверты и бандероли для деловых бумаг, визитные карточки, блокноты-планшеты (визитницы), папки-регистраторы, печати, блоки бумаги для записей, кредитные карточки, удостоверения, пропуска, нагрудные карточки персонала (бэйджи), наградная документация (дипломы, адреса, лицензии, сертификаты) и др.

2. *Техническая (нормативная) документация'*, документы бухгалтерского учета (бланки счетов, накладные, приходные и расходные ордера, доверенности и т.п.).

3. *Товаросопроводительная документация*: технические паспорта, инструкции по сборке и монтажу правила эксплуатации, рекомендации по применению, ярлыки, талоны, вкладыши, реестры, этикетки и маркировка.

4. *Прямая почтовая реклама (корреспонденция)*: коммерческие предложения (коммерческие письма), информационные листы, рекламные листовки, пресс-релизы, прайс-листы, проспекты, журналы, бюллетени, каталоги, справочники, прейскуранты, путеводители, приглашения, купоны, вкладыши и т.д.

5. *Реклама в СМИ (периодика)*: рекламные объявления в газетах, журналах, специальных изданиях, рекламные приложения, бюллетени, рекламные вкладки.

6. *Листовая печатная (настенная) реклама*: плакаты, настенные календари, постеры, буклеты, рекламные листовки, рекламные фотографии, репродукции, план-схемы, комплекты открыток.

7. *Оформление производственных помещений и промышленной продукции*: сигнальная окраска рабочих мест, помещений и средств производства, средства отображения информации на станках, приборах, оборудовании и в рабочих помещениях, цветографическое выделение функциональных зон, индикаторы, шильды, таблички, информация на приборных панелях (приборные знаки, приборные шрифты), маркировка на приборах и таре, инструктивные схемы и плакаты по технике безопасности.

8. *Оформление офисов и подразделений (интерьер)*: цветовая гамма помещений, офисной мебели, обоев, штор, информационные стенды, постельное белье, скатерти, салфетки, полотенца, посуда, суперграфика и т.д.

9. *Наружная и дорожная реклама*: придорожные щиты, рекламные плакаты, тумбы, банеры, указатели-штендеры, стрикеры, брендмауэры, крышные установки, фасадные вывески, 3-позиционные рекламные установки, установки "призма-вижн", пилоны, графические экраны, панель-кронштейны, транспаранты-перетяжки и т.д.

10. *Оформление торговых объектов (помещений, торговых точек):* реклама магазинов, салонов, бутиков (вывески, кронштейны, тенты, навесы, козырьки, балдахины, маркизы, шторы, жалюзи, витрины, консоли, вывески режима работы, ассортиментные, дверные таблички, указатели), павильонов, киосков, лотков, палаток, стоек, зонтиков, тележек и т.д.

11. *Реклама на месте продажи:* витрины, стойки, прилавки, вращающиеся стойки, пирамиды, столики, отделы упаковки, рекламные плакаты и планшеты, списки ассортимента, выставочная тара, фотографии, объемные знаки, ценники, ярлыки, дисконтные карты, бликфанги, сувениры и т.д.

12. *Выставки и экспозиции:* комплексное графическое оформление экспозиций, схемы осмотра, пиктограммы,

указатели, таблички, выгородки, суперграфика, графическая подача стендовой информации, сквозное цветное и шрифтовое оформление (видеоряд), фотографии, плакаты и т.д.

13. *Системы визуальной коммуникации:* поисковые схемы, системы ориентации, схемы маршрутов, навигаторы, путеводители, пиктограммы, знаки безопасности, инструктивные знаки, приборные знаки, указатели, сигнатуры и т.д.

14. *Реклама на транспорте:* символика на транспортных средствах фирмы, реклама на общественном транспорте (внутрисалонные рекламные планшеты, стпкеры. маршрутные схемы, бортовая реклама, тенты, стационарные плакаты и схемы маршрутов, оформление остановок, стойки, таблички и т.д.).

15. *Световая реклама:* ночная подсветка рекламы, электронные табло, "бегущая строка", неоновая реклама, установки "дюоралайт", "гибкий свет", движущиеся и вращающиеся (кинетические) световые конструкции, иллюминация, подсветка витрин и т.д.

16. *Дизайн тары и упаковки:* объемные фирменные знаки в форме упаковки, оформление и упаковка тары для хранения и транспортировки,

демонстрационная упаковка, праздничная и сувенирная упаковка, элементы упаковки (этикетки, кольеретки, крышки, наклейки, вкладыши, манжетки, прокладки) и т.д.

17. *Телевизионная реклама:* рекламные ролики, анимация, спецвыпуски, рекламные заставки, оформление телестудий, спонсорская реклама и т.д.

18. *Компьютерная реклама:* реклама в Интернете, оформление фирменного сайта, WEB-дизайн, компьютерная разработка и распечатка рекламных материалов.

19. *Сувенирная продукция (престижная реклама);* календари, канцелярские товары, сопутствующие товары,

мелкие изделия с надпечаткой, деловые подарки с символикой, брелоки, зажигалки, ручки и карандаши, блокноты и записные книжки, сумки и пакеты, значки, бейсболки, майки, самоклеящиеся этикетки, вымпелы и надувные шарики, визитницы, папки, кружки, подстаканники и т.д.

20. *Фирменная одежда персонала (спецодежда, униформа):* цветовая гамма, покрой, рисунок, фирменные элементы одежды, идентификационные нагрудные карточки (бэйджи), нашивки, повязки, жетоны, кокарды, значки и т.д.

В разработке графического решения объекта дизайнеру поможет построение частных конкретных моделей, которые дают возможность комплексно осмыслить задачу,

правильно расставить смысловые акценты, понять, что нужно принять как заданность, а что разработать специально для конкретного случая. Кроме того, работа с моделью позволит увидеть цветографический текст на данном изделии или любом другом объекте-носителе в контексте всей системы средств графического дизайна.

#### **4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

Графическая работа включает выполнение графических листов формата А4 с использованием приемов и методов эмоционального воздействия на зрителя.

Какой бы вид графической разработки ни был взят за основу проекта, существует определенная последовательность этапов работы: идей, выполнив которые, можно рассчитывать на положительный результат:

- постановка задачи на проектирование;
- анализ аналогов (аналогичных по тематике творческих проектов);
- выработка концепции всего проекта;
- сбор и обработка рабочего (натурного и литературного) материала;
- первичная эскизная отрисовка;
- экспертиза и выбор окончательного варианта;
- исполнение законченных композиций.

Последовательность работы с графикой

##### **1. Постановка задачи на проектирование.**

При неполном знании реального объекта проектирования трудно работать над рекламно-графической частью проекта. Поэтому, прежде чем приступить к выполнению работы, следует собрать первичную информацию

об объекте проектирования: организационную структуру объекта, направление деятельности, время и место действия рекламы.

## 2. Анализ аналогов.

Прежде чем приступить к непосредственной работе над проектом, необходимо как можно полнее изучить и проанализировать имеющийся в этой области материал: аналогичные по тематике проекты и разработки, фирменные знаки, соответствующие избранной теме. На этом этапе нужно определить традиционные и устойчивые символы, характеризующие выбранное направление, усвоить оригинальные решения и понять причины неудачных разработок.

## 3. Выработка концепции всего проекта.

Рекламный замысел вытекает из общей концепции рекламируемого объекта. В него входят:

- общая графическая идея, стилистика проекта;
- решение о применении того или иного вида рекламной графики;
- выбор формата;
- определение количества работ, манеры и техники исполнения, сюжетной ситуации. Замысел развивается и приобретает конкретные очертания по мере расширения эскизного поиска.

## 4. Сбор и обработка рабочего материала

Конкретизация замысла невозможна без сбора дополнительного (детализирующего) материала. Общий замысел — только очертания работы, которые могут значительно меняться при проработке отдельных узлов композиций. На этом этапе подбирается необходимый для этой работы исходный изобразительный материал: рисунки, символы, шрифты, орнаменты, фотографии и схемы, гармонические цветовые сочетания.

## 5. Первичная эскизная отрисовка.

Основной этап поисков графического решения, создания визуального образа объекта проектирования. На этом этапе поиски могут вестись в

разных направлениях, с целью найти наиболее адекватное решение. Здесь допускаются вариации различных стилей в рамках избранной концепции.

#### 6. Экспертиза и выбор окончательного варианта.

После того, как накоплено достаточное количество эскизного материала, необходимо отобрать и проанализировать наиболее удачные решения с целью сделать однозначный выбор. После этого проводится доработка всех элементов проекта, где все графические константы должны быть скоординированы по стилю.

#### 7. Исполнение законченных рекламных композиций.

Это заключительный этап работы над проектом. Он представляет собой доводку и окончательное исполнение рекламных листов в необходимом размере с применением всех запланированных и экспериментально отработанных ранее графических приемов. На этом этапе должны быть учтены все технологические требования, связанные с воспроизведением всех элементов для их практического использования. Проект выполняется в соответствующих графических компьютерных программах – векторных или растровых.

## **2 курс, 4 семестр, 30 часов – Шрифт и шрифтовая композиция**

### Задачи обучения 2 курса

Курс обучения "Графическому дизайну в четвёртом семестре начинается со знакомства с декоративными шрифтами, построением оригинальных шрифтов и шрифтовых композиции.

Для активной трансформации и создания стилизованных шрифтов необходимо хорошо чувствовать конструктивные особенности шрифта (графема) и изменяемые параметры (светлота, плотность, наклон и др.) для целенаправленных преобразований. При построении шрифтовых композиции учитывается плоскостной характер композиции, узнаваемость (чёткость) знаков шрифта, ритмическая организация надписи.



Знакомство со шрифтовыми стилизациями позволяет перейти к активной трансформации изобразительных форм в малоформатной графической композиции личного знака (эскибрис). Стилизация входящих в композицию элементов требует изменения их пластических характеристик, формы, цвета, размеров, композиционного расположения. Здесь же приобретаются первоначальные навыки органичного соединения изображения со шрифтом, единства графической трансформации.

Особое внимание отводится способам графическом подачи, приемам графического выполнения черно-белого изображения, компоновке в заданном формате. При выполнении заданий в лабораторных условиях студенты обязаны учиться пользоваться графическими приёмами (линия, пятно, штрих, их сочетание) и техническими средствами и материалами: пером, карандашом, кистью и т.д.

**Лабораторная работа №1.** Графическая интерпретация буквы. Монограмма.

1. Разработка десяти принципиально разных вариантов шрифтового знака – монограммы – 2 часа;
2. Выполнение шрифтовой композиции из 2-х стилизованных буквенных знаков взаимосвязанной формы (монограмма) в черно-белой графике с применением фактуры, закомпонованной в листе формата А 4 – 4 часа.

**Лабораторная работа №2.** Графическая интерпретация шрифта. Словесный знак – логотип.

1. Выполнение десяти словесных композиций на основе слова «DESIGN» разного начертания в черно-белой графике. Отработка различных стилей, графических приемов и фактур – 4 часа.

**Лабораторная работа №3.** Графическая интерпретация слова. Слово-образ.

1. Разработка трех логотипов (словесных знаков разного содержания), композиционно организованных в листе формата А 4, с использованием различных графических приемов, начертаний, фактур и цвета. Задача: выявление смысла и создание художественного образа (графической

метафоры) понятия, явления или предмета исключительно средствами шрифтовой графики – 6 часов.

**Лабораторная работа №4.** Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.

1. Разработка и построение всех знаков русского алфавита оригинального рисунка, единого стиля и начертания по 1-2 заданным буквам по модульной сетке или по единой пространственно-геометрической схеме в карандаше – 4 часа;
2. Выполнение композиции авторского названия разработанного шрифта в форме логотипа в черно-белом варианте или в цвете – 2 часа;
3. Выполнение художественной композиции алфавита разработанного авторского шрифта с включением логотипа в формате А 4 – 4 часа.

**Лабораторная работа №5.** Разработка шрифтового оформления продукции рекламного характера (дизайн плаката, поздравительной открытки, приглашения и т. д.).

1. Разработать шрифтовую композицию с введением цвета, рисунка или орнамента оригинального формата (не более А 4), используя различные инструменты и материалы – 4 часа.

**3 курс, 5 семестр, 36 часов – Графическая трансформация природного (анималистического) мотива в символ**

**Лабораторная работа №1.** Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).

1. Выполнить серию (5-6) анатомических и аналитических схематических зарисовок животного с целью изучения его строения (структуры), отдельных форм и пропорций – 4 часа;
2. Выполнить цикл набросков животного с натуры или по фотографиям (10-12): подробных (с передачей материальной фактуры) и быстрых (на передачу пластики и движений) – 4 часа;

3. Выполнить серию эскизов животного по памяти и по представлению в линейной и пятновой трактовке (10-12), с использованием разных материалов, с усилением характера формы и движений – 4 часа.

**Лабораторная работа №2.** Выполнение авторского эскиза животного с фактурно-цветовой проработкой.

1. Выполнить подробный рисунок животного в смешанной технике со свето-теневой и цветовой передачей объема и фактурной проработкой в формате А 4 – 4 часа.

**Лабораторная работа №3.** Графическая разделка силуэта.

1. Выполнение двадцати рисунков (черно-белых) на основе неизменного силуэта животного с различной фактурой заполнения – 4 часа.

**Лабораторная работа №4.** Поэтапная трансформация изобразительного мотива

1. Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотография, орнамент и т. д.) – 10 часов.

**Лабораторная работа №5.** 1. Разработка фирменного знака с животным комбинированной формы (с логотипом).

1. Разработка лаконичного выразительного графического образа животного в форме компактного знака с добавлением логотипа – 6 часов.

**3 курс, 6 семестр, 30 часов – Разработка графического комплекса фирменного стиля конкретного объекта**

**Лабораторная работа №1.** Изучение аналогов и сбор материала.

1. Сбор и анализ первичной информации по объекту проектирования – 4 часа.

**Лабораторная работа №2.** Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.

1. Выполнить десять принципиально разных эскизов эмблемы с различной символикой – 8 часов.
2. Выбрать наиболее адекватный теме вариант и выполнить законченный графический рисунок знака в черно-белом и цветном варианте – 2 часа.

**Лабораторная работа №3.** Разработка основных констант (стилеобразующих элементов) фирменного стиля.

1. Выбор цветовой гаммы (3-4 цвета) по единой цветовой модели для создания адекватного колористического образа проектируемого объекта – 2 часа.
2. Подбор опорных фирменных шрифтов (1-2 гарнитуры) для оформления всей текстовой информации, исходящей от фирмы – 2 часа.
3. Разработка логотипа (фирменного названия): выбор шрифта, компоновка и цветовое решение; графические монтажные элементы (фирменный блок) – 4 часа.

**Лабораторная работа №4.** Разработка образцов размещения фирменной символики на объектах-носителях по видам рекламы.

1. Выполнение в графической программе образцов верстки фирменной печатной продукции (4-5 видов) – 4 часа.
2. Выполнение образцов компоновки наружной рекламы (2-3 вида) – 2 часа.
3. Выполнение образцов сувенирной продукции (2-3 вида) – 2 часа.

## **5. ФОНД ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **ТЕМА ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ОСТАТОЧНЫХ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ "ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН"**

Контрольная работа для 486 группы

**Тема:** "Разработка фирменного знака для факультета прикладных искусств АмГУ"

#### **Задание:**

1. Выполнить несколько эскизных вариантов знака в карандаше.
2. Наиболее удачный вариант знака выполнить тушью.
3. Выполнить построение знака по модульной сетке.

#### **Цель задания:**

- выбрать несколько выразительных мотивов (базовую форму) знака;
- найти композиционную идею;
- увязать идею с темой и назначением знака;
- найти единый стиль изображения и шрифта.



## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

для специальности 070603

Номер недели	Лабораторные работы	Лабораторные работы	Часы л/р	Самостоятельная работа	Часы с/р	Форма контроля
		Содержание		Содержание		
1	2	3	4	5	6	
2 курс, 4 семестр						
1	1	Графическая интерпретация буквы. Монограмма.	2	Разработка десяти принципиально разных вариантов шрифтового знака – монограммы.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

2		Графическая интерпретация буквы. Монограмма.	2	Выполнение шрифтовой композиции из 2-х стилизованных буквенных знаков взаимосвязанной формы (монограмма) в черно-белой графике с применением фактуры, закомпонованной в листе формата А 4.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
3		Графическая интерпретация буквы. Монограмма.	2	Выполнение шрифтовой композиции из 2-х стилизованных буквенных знаков взаимосвязанной формы (монограмма) в черно-белой графике с применением фактуры, закомпонованной в листе формата А 4.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
4	2	Графическая интерпретация шрифта. Словесный знак – логотип.	2	Выполнение десяти словесных композиций на основе слова «DESIGN» разного начертания в черно-белой графике. Отработка различных стилей, графических приемов и фактур.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ



5		Графическая интерпретация шрифта. Словесный знак – логотип.	2	Выполнение десяти словесных композиций на основе слова «DESIGN» разного начертания в черно-белой графике. Отработка различных стилей, графических приемов и фактур.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
6	3	Графическая интерпретация слова. Слово-образ.	2	Разработка трех логотипов (словесных знаков разного содержания), композиционно организованных в листе формата А 4, с использованием различных графических приемов, начертаний, фактур и цвета. Задача: выявление смысла и создание художественного образа (графической метафоры) понятия, явления или предмета исключительно средствами шрифтовой графики.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

7	Графическая интерпретация слова. Слово-образ.	2	Разработка трех логотипов (словесных знаков разного содержания), композиционно организованных в листе формата А 4, с использованием различных графических приемов, начертаний, фактур и цвета. Задача: выявление смысла и создание художественного образа (графической метафоры) понятия, явления или предмета исключительно средствами шрифтовой графики.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
---	--	---	--	---	--

8		Графическая интерпретация слова. Слово-образ.	2	Разработка трех логотипов (словесных знаков разного содержания), композиционно организованных в листе формата А 4, с использованием различных графических приемов, начертаний, фактур и цвета. Задача: выявление смысла и создание художественного образа (графической метафоры) понятия, явления или предмета исключительно средствами шрифтовой графики.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
9	4	Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.	2	Разработка и построение всех знаков русского алфавита оригинального рисунка, единого стиля и начертания по 1-2 заданным буквам по модульной сетке или по единой пространственно-геометрической схеме в карандаше;	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

10		Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.	2	Разработка и построение всех знаков русского алфавита оригинального рисунка, единого стиля и начертания по 1-2 заданным буквам по модульной сетке или по единой пространственно-геометрической схеме в карандаше;	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
11		Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.	2	Выполнение композиции авторского названия разработанного шрифта в форме логотипа в черно-белом варианте или в цвете;	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
12		Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.	2	Выполнение художественной композиции алфавита разработанного авторского шрифта с включением логотипа в формате А 4 .	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
13		Разработка оригинального авторского шрифта (гарнитуры) на кириллической основе.	2	Выполнение художественной композиции алфавита разработанного авторского шрифта с включением логотипа в формате А 4 .	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

14	5	Разработка шрифтового оформления продукции рекламного характера (дизайн плаката, поздравительной открытки, приглашения и т. д.).	2	Разработать шрифтовую композицию с введением цвета, рисунка или орнамента оригинального формата (не более А 4), используя различные инструменты и материалы.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
15		Разработка шрифтового оформления продукции рекламного характера (дизайн плаката, поздравительной открытки, приглашения и т. д.).	2	Разработать шрифтовую композицию с введением цвета, рисунка или орнамента оригинального формата (не более А 4), используя различные инструменты и материалы.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

Номер недели	Лабораторные работы	Лабораторные работы	Часы л/р	Самостоятельная работа	Часы с/р	Форма контроля
		Содержание		Содержание		
1	2	3	4		5	6
3 курс, 5 семестр						
1	1	Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить серию (5-6) анатомических и аналитических схематических зарисовок животного с целью изучения его строения (структуры), отдельных форм и пропорций;	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
2		Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить серию (5-6) анатомических и аналитических схематических зарисовок животного с целью изучения его строения (структуры), отдельных форм и пропорций;	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

3		Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить цикл набросков животного с натуры или по фотографиям (10-12): подробных (с передачей материальной фактуры) и быстрых (на передачу пластики и движений);	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
4		Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить цикл набросков животного с натуры или по фотографиям (10-12): подробных (с передачей материальной фактуры) и быстрых (на передачу пластики и движений);	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
5		Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить серию эскизов животного по памяти и по представлению в линейной и пятновой трактовке (10-12), с использованием разных материалов, с усилением характера формы и движений.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

6		Цикл набросков и зарисовок животного (объекта трансформаций).	2	Выполнить серию эскизов животного по памяти и по представлению в линейной и пятновой трактовке (10-12), с использованием разных материалов, с усилением характера формы и движений.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
7	2	Выполнение авторского эскиза животного с фактурно-цветовой проработкой.	2	Выполнить подробный рисунок животного в смешанной технике со светотеневой и цветовой передачей объема и фактурной проработкой в формате А 4.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
8		Выполнение авторского эскиза животного с фактурно-цветовой проработкой.	2	Выполнить подробный рисунок животного в смешанной технике со светотеневой и цветовой передачей объема и фактурной проработкой в формате А 4.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
9	3	Графическая разделка силуэта.	2	Выполнение двадцати рисунков (черно-белых) на основе неизменного силуэта животного с различной фактурой заполнения.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ



10		Графическая разделка силуэта.	2	Выполнение двадцати рисунков (черно-белых) на основе неизменного силуэта животного с различной фактурой заполнения.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
11	4	Поэтапная трансформация изобразительного мотива	2	Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотография, орнамент и т. д.).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

12		Поэтапная трансформация изобразительного мотива	2	Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотографика, орнамент и т. д.).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
13		Поэтапная трансформация изобразительного мотива	2	Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотографика, орнамент и т. д.).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

14		Поэтапная трансформация изобразительного мотива	2	Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотография, орнамент и т. д.).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
15		Поэтапная трансформация изобразительного мотива	2	Выполнение цикла графических трансформаций исходного мотива с выявлением типических черт избранного животного для придания ему знакового символического характера. Рисунки с различной степенью и типом стилизации (геометрическая, росчерк, фотография, орнамент и т. д.).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

16	5	Разработка фирменного знака с животным комбинированной формы (с логотипом).	2	Разработка лаконичного выразительного графического образа животного в форме компактного знака с добавлением логотипа.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
17		Разработка фирменного знака с животным комбинированной формы (с логотипом).	2	Разработка лаконичного выразительного графического образа животного в форме компактного знака с добавлением логотипа.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
18		Разработка фирменного знака с животным комбинированной формы (с логотипом).	2	Разработка лаконичного выразительного графического образа животного в форме компактного знака с добавлением логотипа.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

Номер недели	Лабораторные работы	Лабораторные работы	Часы л/р	Самостоятельная работа	Часы с/р	Форма контроля
		Содержание		Содержание		
1	2	3	4		5	6
3 курс, 6 семестр						
1	1	Изучение аналогов и сбор материала.	2	Сбор и анализ первичной информации по объекту проектирования.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
2		Изучение аналогов и сбор материала.	2	Сбор и анализ первичной информации по объекту проектирования.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
3	2	Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.	2	Выполнить десять принципиально разных эскизов эмблемы с различной символикой – 8 часов.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
4		Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.	2	Выполнить десять принципиально разных эскизов эмблемы с различной символикой – 8 часов.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

5		Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.	2	Выполнить десять принципиально разных эскизов эмблемы с различной символикой – 8 часов.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
6		Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.	2	Выполнить десять принципиально разных эскизов эмблемы с различной символикой – 8 часов.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
7		Разработка фирменного знака как стилеобразующей основы проекта.	2	Выбрать наиболее адекватный теме вариант и выполнить законченный графический рисунок знака в черно-белом и цветном варианте – 2 часа.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
8	3	Разработка основных констант (стилеобразующих элементов) фирменного стиля.	2	Выбор цветовой гаммы (3-4 цвета) по единой цветовой модели для создания адекватного колористического образа проектируемого объекта.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

9		Разработка основных констант (стилеобразующих элементов) фирменного стиля.	2	Подбор опорных фирменных шрифтов (1-2 гарнитур) для оформления всей текстовой информации, исходящей от фирмы.	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
10		Разработка основных констант (стилеобразующих элементов) фирменного стиля.	2	Разработка логотипа (фирменного названия): выбор шрифта, компоновка и цветовое решение; графические монтажные элементы (фирменный блок).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
11		Разработка основных констант (стилеобразующих элементов) фирменного стиля.	2	Разработка логотипа (фирменного названия): выбор шрифта, компоновка и цветовое решение; графические монтажные элементы (фирменный блок).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
12	4	Разработка образцов размещения фирменной символики на объектах-носителях по видам рекламы.	2	Выполнение в графической программе образцов верстки фирменной печатной продукции (4-5 видов).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ

13		Разработка образцов размещения фирменной символики на объектах-носителях по видам рекламы.	2	Выполнение в графической программе образцов верстки фирменной печатной продукции (4-5 видов).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
14		Разработка образцов размещения фирменной символики на объектах-носителях по видам рекламы.	2	Выполнение образцов компоновки наружной рекламы (2-3 вида).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ
15		Разработка образцов размещения фирменной символики на объектах-носителях по видам рекламы.	2	Выполнение образцов сувенирной продукции (2-3 вида).	2	Текущий просмотр самостоятельных работ