

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Амурский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

ОСНОВЫ ТЕОРИИ И МЕТОДОЛОГИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

сборник учебно-методических материалов

Для направления подготовки 54.03.01
- направленность (профиль) образовательной программы Графический дизайн

Благовещенск, 2017

*Печатается по решению
редакционно-издательского совета
факультета дизайна и технологии
Амурского государственного университета*

Составитель: Благова, Т. Ю.

Благова Т.Ю. Основы теории и методологии в графическом дизайне [Электронный ресурс]: сборник учеб.-метод. материалов по дисциплине для направления подготовки 54.03.01 - направленность (профиль) образовательной программы Графический дизайн / АмГУ, ФДиТ; сост. Т.Ю. Благова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8406.pdf

Рассмотрен на заседании кафедры дизайна

© Амурский государственный университет, 2018
© Кафедра дизайна, 2018
© Благова, Т. Ю., составитель

ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА

Лекционный материал по дисциплине за **7 семестр. Общая теория дизайна.** представлен в учебном пособии:

Благова, Т. Ю. Теория и методология дизайна [Электронный ресурс]: учеб. пособие.

Ч. 1. Теория дизайна / Т. Ю. Благова; АмГУ, ФДиТ. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 90 с. http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7761.pdf

8 семестр - Теория и методология графического дизайна

СОДЕРЖАНИЕ

1	Протодизайн в графическом дизайне.	4
2	Применение новых технологий и материалов в графическом дизайне.	5
3	Графический язык и визуальная культура.	8
4	Понятие коммуникативности в графическом дизайне.	9
5	Понятие образа в искусстве и в дизайне.	11
6	Эргономические принципы в графическом дизайн-проектировании.	12
7	Комплексный, системный подход к проектированию объектов дизайна.	17
8	Гармония как универсальное системообразующее средство в дизайне.	18

1. Протодизайн в графическом дизайне.

Культурный прототип как источник дизайнерских решений. Проблема инноваций в дизайне.

Прототип — прообраз, образец, оригинал. Культурный прототип — канонически совершенные эталоны, в которых накоплен опыт предыдущей человеческой деятельности в различных сферах.

Дизайнер ищет вдохновение(прототип) в культуре и искусстве древнего мира, средневековья, нового времени, современного искусства и т.д. Он перерабатывает старые вещи, в новой форме, и на их основе рождаются новые интересные идеи, дизайнерские решения.

Инновации это безаналоговое проектирование, трудность также заключается в проектировании того чего раньше просто не было, совершенно другой подход.

Поиск инноваций — независимых творческих проектов, смелых идей и оригинальных взглядов, которые способны изменить привычный мир. Проблемы инновационного дизайна: стремление к новым формам творчества — нестандартным и интересным решениям в области дизайна

В дизайне, практически все — инновации. Но их можно разделить на два типа. Один из них — это постепенное улучшение. Компании считают, что при производстве продукции удельные затраты будут уменьшаться за счет непрерывных постепенных улучшений. Устойчивая цепочка инноваций расширяет операции, источники комплектующих и систему управления поставками. Дизайн продукции непрерывно переделывается: регулируется интерфейс, добавляются новые возможности, изменение мелочей здесь и там. Ежегодно объявляют о новой продукции, которая является просто небольшой модификацией существующей платформы с разным набором функций.

Второй тип инноваций это «прорыв инновационной продукции». Вот здесь и придумываются новые концепции, создают новые продукты и формируются новые виды бизнеса. Это привлекательная часть инноваций. В результате, это та область, в которой большинство дизайнеров и изобретателей хотели бы находиться. Но риск здесь огромен, так как большинство концептуальных инноваций терпят неудачу. Новым концепциям могут потребоваться десятилетия, чтобы стать успешными и быть принятыми. Так что те люди, которые получают прибыль от концепций, не обязательно являются теми, кто концепцию создал.

Преграды на пути великих инноваций

Драматизм новых инноваций имеет несколько характеристик. Люди сопротивляются новизне. Поведение людей, как правило, консервативно. Новые технологии и новые методы ведения дел обычно требуют около 10 лет, чтобы быть принятыми. Иногда уходит и несколько десятков лет

В первые годы идея отвергается из-за отсутствия технологий, или из-за необходимости множества доработок, или по причине неподготовленности самой аудитории. Или же, возможно, это плохая идея. Трудно сразу определить какая из этих причин доминирует. Эта задача легко решается лишь спустя время, когда все само определяется. Если идея будет применена слишком рано для коммерческого использования, то результатом, как правило, будет неудача и большие финансовые потери.

Сопротивление производственных компаний к инновациям обосновано. Это дорогое удовольствие — выпускать новую линейку продукции с неизвестной рентабельностью. Кроме того, существующие подразделения компании будут бояться, что новый продукт снизит продажи текущей продукции (так называемая «каннибализация»). Эти страхи часто оправданы. Неудивительно, что компании тормозят инновации, несмотря на их собственные пресс-релизы и годовые отчеты. Быть консервативным значит быть здравомыслящим.

2. Применение новых технологий и материалов в графическом дизайне.

Пурас И.Ю. Современные тренды в графическом дизайне // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 2. С. 8.

Вместе с явлением компьютеризации обострилась дифференциация дизайнеров и художников. С появлением компьютера умение рисовать для дизайнера стало необязательным. Владение программами создания и редактирования изображений стало доступно многим. Перенос изображений на экраны мониторов ввел понятие пиксела – точки, с помощью которой формируются картинки на экране. Несовершенства первых мониторов и компьютерного «железа» накладывали определенные ограничения. Картинки должны были занимать определенное количество точек (разрешение изображения) и занимать немного места (размер файла). Технологии с тех пор шагнули далеко вперед, а компьютерная графика стала предметом мастерства цифровых художников и дизайнеров.

Главный тренд дизайна – цифровой дизайн. Он включает в себя множество направлений: плоский дизайн, пиксельный, изометрический, контурный, объемный дизайн и смешение нескольких стилей, но сводится к одному – это дизайн, созданный в графических редакторах. Наличие большого количества трендов не значит, что дизайнеры ограничивают себя и работают в одном направлении. Гораздо чаще вместе используются и цифровые, и аналоговые иллюстрации, и фотографии.

Дизайн стремительно перемещается из аналогового в мир диджитал. И у этого явления, скорее всего, нет пути назад. С этим переходом связаны и продукты дизайна нового типа – Youtube, PayPal, Instagram. Подобно стремлениям Уильяма Морриса, который пытался вернуть мануфактуры и вдохнуть жизнь в формы массового производства в эпоху промышленной революции, – в новых реалиях появляются контртренды – например, использование традиционных иллюстраций, созданных на бумаге.

Тренд: Цифровой дизайн

- плоский дизайн (flat-design);
- контурный дизайн;
- изометрический дизайн;
- полигональный дизайн;
- пиксельный дизайн;
- цифровая живопись;
- объемный векторный дизайн;
- объемный 3D дизайн;
- типографика;
- цифровое коллажирование;
- инфографика;
- цифровая иллюстрация

Контртренд: Ручная работа, выполненная с использованием традиционных материалов

- акварельные иллюстрации;
- каллиграфия;
- леттеринг;
- графика

Смешение стилей

Окунувшись в цифровой мир, многие стали ценить кропотливое искусство, которому невозможно научиться он-лайн. Так, в айдентике различных компаний появляются акварельные иллюстрации, штриховые изображения, похожие на старинные гравюры, иллюстрации, имитирующие детские рисунки (например, фирменный стиль бренда «Ботаника», который использует акварельные изображения овощей и фруктов, агентство Supermarket, Россия, 2014). Устойчивый интерес наблюдается к еще одной форме традиционного ручного творчества – каллиграфии. Искусство красивого письма, зародившееся практически одновременно с письменностью, вновь актуально. На открытках, пригласительных, визитках можно увидеть

красивые буквы, написанные вручную пером или кистью. Особой популярностью пользуется леттеринг – «разовая надпись», для которой «не нужно рисовать весь алфавит и продумывать, как он будет работать. Это могут быть одно слово или фраза, для которых нужно задать правила» [4].

Обязательным условием здесь является читаемость. Область применения леттеринга очень широка: прием успешно используется в логотипах, принтах, рекламе, книгах и журналах. Прообразом леттеринга считаются уличные граффити и теги. Леттеринг всегда содержит в себе эмоцию, это и обуславливает его популярность. Характером написания букв можно передать агрессию, динамику, заботу, легкость. Очень популярен леттеринг на меловых досках. Интерьеры кафе, ресторанов, пекарен, магазинов часто украшены меловым леттерингом. Он появился и на телевидении: в новогоднем оформлении Первого Канала (дизайнер Игорь Мустаев).

С появлением интернета типографика активно перенеслась в веб. Оказалось, приемы классической верстки (композиция текста и картинок, удобочитаемость, выделение заголовков, выворотка, разрядка и т.д.) применимы в дизайне сайтов. Иначе, видимо не могло и быть, так как цели у текстов в сети те же, что и в полиграфии: выделить главное, организовать на странице браузера интересную композицию, используя ритм и баланс. Для интернет-пространства наиболее удобочитаемы гротески, а не традиционные антиквы. Шрифты типа Times New Roman выглядят очень странно и неестественно в интернете. В вебе сформировались определенные правила верстки, подобные журнальной, – логотип компании занимает левую верхнюю часть, в нижней части размещается навигация – «подвал», меню – либо горизонтальное, либо вертикальное. Конечно, как и все правила, традиционную верстку сайта можно нарушать, для создания определенного эффекта.

Новый тренд в визуальной идентификации бренда – динамическая айдентика. Если раньше фирменный стиль ограничивался лишь знаком, то современная айдентика ведет себя как живой организм – существует на различных платформах, трансформируется, везде сохраняя идентичность.

У динамической айдентики много преимуществ: она эмоциональная, интересная, удобная, коммуникативная. Благодаря своей адаптивности, динамическая айдентика может быть использована на различных носителях, а значит – может охватить большую аудиторию. При таких перспективных возможностях использования динамической айдентики, велик соблазн применять адаптивность во всех проектах. Стоит, однако, помнить, что за хорошим дизайном, всегда стоит хорошая идея.

Инновационные подходы к текстуре в графическом дизайне — Дмитрий Добренко · 01 фев. 2018 · 2189

На данный момент графический дизайн принял плоскую форму. Он делается на экране компьютера и чаще всего для экрана компьютера. Ведущие дизайнеры адаптировались к этим условиям, избегая 3D-иллюзий и вместо того, чтобы сосредоточиться на создании невероятных форм и очертаний, используя глубокие высокочастотные цвета. Означает ли это конец текстуры в графическом дизайне? Вовсе нет. Даже наоборот, текстура обрела еще большее значение в качестве фона для плоского дизайна, с каждым компонентом усиливая эффекты других, а старый добрый Тромплёй все еще никуда не испарился. Новые инструменты позволили сделать иллюзионистическую текстуру более утонченной и сложной; ее место в мире дизайна теперь мало, но все еще важно. Но что на самом деле представляет из себя текстура в графическом дизайне? В конце концов, мы говорим о текстуре как о двухмерной среде. На этот вопрос можно ответить исследовав три типа текстуры, которые сейчас в тренде: настоящая текстура, текстура на фотоснимках и искусственная текстура.

1. Настоящая текстура. К этой категории относятся продукты графического дизайна, способные демонстрировать настоящие трехмерные эффекты текстуры. Обычно эта категория ограничивается печатными изделиями из бумаги вроде книжных обложек, визиток и этикеток. Обложки книг The Scouring of the White Horse; высокая печать обложки «Trophobia»; тиснение

обложки «2666» Слово «текстура» происходит от латинского «textura», что означает «ткань». Ощущение материи имеет главное значение в этой концепции. Таким образом кроме одежды и ковровых изделий, пожалуй, ни один другой продукт не демонстрирует всю суть текстуры лучше, чем книги, чьи обложки раньше делались из тканого материала. Сегодня дизайнеры книжных обложек продолжают использовать тканую текстуру. В случае с мягкой обложкой можно создать рельефные буквы. Визитки Текстурированные визитные карточки Lift, Agūnas Kaltanas и Koodoz Design Все, кто смотрел фильм «Американский психопат» знают, что важно не только то, как визитка выглядит, но и как ощущается. Текстура в данном случае может передавать ключевую информацию о социальном статусе и вкусе владельца визитки (по крайней мере если верить Патрику Бэйтману). Для того, чтобы текстура визитки получилась интересной, дизайнер может использовать особую бумагу разной плотности и рисунка волокон. Можно также использовать различные техники вроде тиснения, лепки или выдавливания на поверхности, чтобы выделить те или иные элементы. Часто для получения текстуры букв дизайнеры прибегают к типографской печати. Этикетки Этикетки на бутылках пива и вина также хороши для текстурного подхода к дизайну. Когда покупатель выбирает бутылку вина, он часто выбирает ориентируясь именно по этикетке. Этикетка с красивой и приятной текстурой придает элегантности продукту, чего не достичь с помощью простого графического дизайна. Зернистая бумага очень хорошо сочетается с тиснением. Этикетки на фото сверху прекрасно демонстрируют то, как выглядит тиснение и лепка. А вот при создании этикетки справа использовалась уникальная техника с нанесением клейкого вещества под этикеткой полосками, которые создают ребристость на лицевой стороне этикетки, что делает ее приятной на ощупь.

2. Текстура в фотографии. Теперь представим, что вы работаете над графическим дизайном одного или нескольких продуктов, которые не предполагают плотную бумагу или ткань. Web-сайты, постеры, обложки журналов и так далее. В таких случаях может не быть возможности использовать настоящую текстуру, но всегда есть шанс симитировать текстуру, позволив профессиональным фотографам сделать часть работы за вас. Web-дизайн Poso People Лэндинги и многостраничники великолепно подходят для того, чтобы похвастаться фото. Подкованные дизайнеры, как ребята из Poso People, например, фотографии с частичной «тяжелой» текстурой перекрывают плоской графикой. Пейзажи смотрятся просто прекрасно: скалистая местность, покрытая снегом придает дизайну массу тактильности. Дизайн печатной продукции Выпуск журнала Audubon Creative Pro При создании печатных материалов можно использовать изображения в очень высоком разрешении. Игра на контрасте рельефной визуальной информации по сравнению с очень плоскими формами, как в типографии — всегда выигрышный путь. В этом плане пример выше с использованием контрастной цветовой схемы и выделяющейся структуры — беспроигрышный вариант. Лица Плакат для Jazzdor; Брюс Уиллис в «Esquire»; обложка журнала L'Obs Помимо пейзажей, ни один другой объект не передает текстуру так же хорошо, как лицо человека. Дизайнеры обложек для журналов обычно владеют этим приемом на высшем уровне, как вы могли заметить по обложке Esquire с Брюсом Уиллисом выше. Тем временем, постеры справа и слева демонстрируют как можно объединить плоский дизайн с фотографией и типографией. Типографская печать А по этим постерам видно, как можно использовать фото с натуральной текстурой, как в случае с цветами мехом бизона для того, чтобы выделить гладкий текст и минималистичные геометрические фигуры.

3. Искусственная текстура. Когда дизайнеры берутся за сложные инструменты, особенно цифровые, для того, чтобы симитировать внешний вид и ощущение натуральной текстуры и не берут за основу фотографии, они создают искусственную текстуру. Искусственная текстура больше не занимает такое важное место в дизайне, как это было раньше. Однако, существует гораздо больше способов симитировать текстуру, чем вы могли себе представить и даже самые иллюзионистические варианты будут придерживаться их в той или иной степени, хотя бы потому что это очень хороший шанс для каждого дизайнера продемонстрировать свои технические навыки. На самом деле в текстуре есть два элемента: объем и «тактильность», что относится к более точному описанию формы. В реальном мире их сложно разьединить, но в дизайне вполне возможно. Один из способов передать объем без необходимости связываться с «тактильностью»

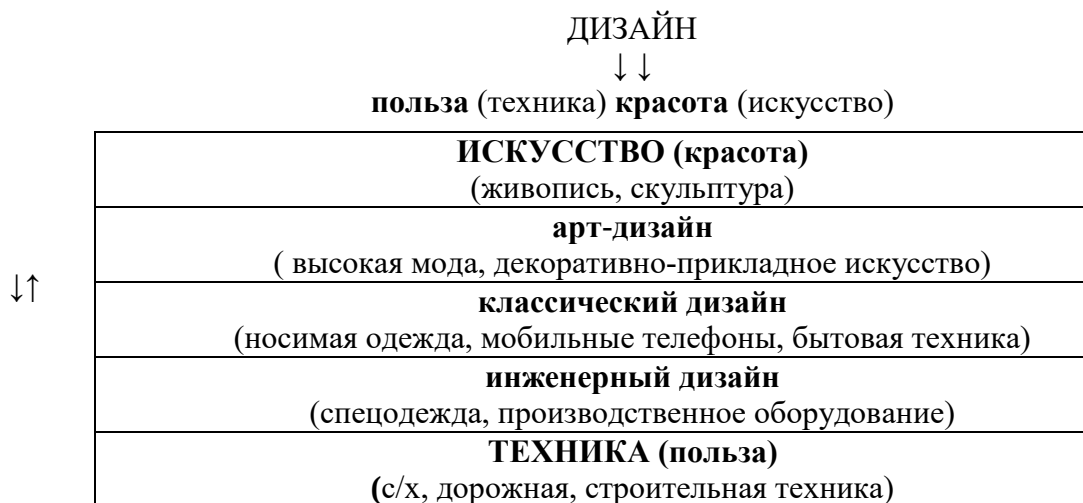
— через наложение. Все изображения выше дают ощущение многослойности. Это одна из форм текстуры, о которой дизайнеры не всегда думают. Буквы — это абстрактные символы, передающие определенное лингвистическое наполнение. На протяжении последних лет, особенно с изобретением цифровых инструментов, шрифтовики экспериментируют с более игровыми формами шрифта, которые начинают передавать текстуру. Бесплезный, глупый, дешевый шрифт с прямоугольными засечками слева вверху, пожалуй, слишком яркий пример, но все же очень необычный. Начертание шрифта справа вверху называется «Canyon». Его создал Ман Фарин и этот пример более легкий и утонченный. Буквы здесь передают информацию о текстуре, позаимствованной у скал. Скевоморфизм designmodo.com and designerdaily.com Скевоморфизм относится к плоским изображениям, пытающимся симитировать трехмерные объекты путем использования эффекта Тромплёй. Не так давно он был буквально везде. Чего стоит фон операционной системы от Apple iOS и иконки в ней. Источник: <https://pillsl.com/blog/660>

3. Графический язык и визуальная культура.

Креативность мышления и графический дизайн. Соблюдение этических норм.

Креативность и норма. Креативность - способность видеть вещи в новом и необычном свете и находить уникальные решения проблем, преодолевать нормы, стереотипы, правила. В процессе креативного поиска дизайнеру важно не заиграться и не перейти в карикатуру, фарс, вульгарность, пошлость, клоунаду, театральность, ужас, расчлененку. Важно уметь оценивать степень креативности. Не переходить за грань этики и эстетики. Часто при формировании креативного или художественного образа дизайн-объект утрачивает функциональность и превращается в арт-объект. В пректном дизайн-образе всегда присутствует функциональность. Если эстетические, художественные и креативные качества начинают преобладать то дизайн-объект превращается в арт-объект и частично или полностью утрачивает свою функцию.

Движение дизайн-продуктов между искусством и техникой в зависимости от преобладания пользы или красоты



поскольку дизайн содержит в себе два начала – пользу и красоту – и в каждом дизайн-продукте это соотношение различно, будем считать, что усредненным,

классическим дизайном является такой дизайн, где красота и польза находятся в состоянии уравновешенной взаимодополнительности;

арт-дизайн – это такой дизайн, где художественно-эстетические качества преобладают над утилитарно-техническими.

инженерный дизайн – это такой дизайн, где утилитарно-технические качества преобладают над художественно-эстетическими.

4. Понятие коммуникативности в графическом дизайне.

Графический дизайн (от англ. design – замысел, проект, чертеж, рисунок) представляет собой специфическую область художественно-проектной деятельности, которая направлена на создание визуальных сообщений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации.

Графический дизайн используется в рекламе, издательской деятельности и печати, кино, телевидении, компьютерной и электронной технике, сфере публичных отношений, других областях массовой информации. Недаром его иногда очень точно называют коммуникационным дизайном.

Коммуникативный - значит, связывающий одно с другим, передающий сообщение от человека к человеку. Эта передача осуществляется при помощи визуальных графических средств.

Коммуникационный дизайн объединяет визуальный дизайн, рекламу, иллюстрирование, шрифтовую культуру, печатные процессы, информационную архитектуру, анимацию, перформанс (театрализованное представление), копирайтинг (составление текстов) и редактирование etc.

Он решает вопросы теории и практики: как люди воспринимают способ передачи информации; как составить, напечатать или произнести эффективное сообщение; что лучше подходит в том или ином случае: электронные, печатные СМИ, наружная реклама.

Коммуникационные дизайнеры ищут способ привлечь аудиторию, вдохновить ее, создать спрос, мотивировать людей отвечать на сообщения. Все это может служить цели повышения продаж, увеличения узнаваемости бренда, вывода нового продукта на рынок и другим маркетинговым целям в разных сочетаниях.

Графические образы, скомпонованные в единое целое, должны подталкивать зрителя к тем умозаключениям, которые нужны создателю информационного сообщения.

Дизайнер-график – это «визуальный интерпретатор», переводчик информации на язык, понятный миллионам людей. С помощью образных знаков он способен донести до адресата практически любые сведения, не прибегая к длительным словесным объяснениям. Результаты творческого труда дизайнера-графика могут воплощаться в самом разном виде. Это листовки, информационные проспекты, рекламные объявления, плакаты, буклеты, визитные карточки, проиллюстрированные и сверстанные полосы журналов, газет, книг и т.п. Ряд дизайнеров специализируется в области создания марок, этикеток, ярлыков, других видов малоформатной печатной продукции, наклеиваемых на тару и упаковку промышленных и продовольственных товаров.

Специфика творчества дизайнера-графика заключается в том, что он должен не только сообщить зрителям конкретную информацию, но и соответствующим образом преподнести ее. Поэтому дизайнер-график – это и проектировщик, умеющий выбирать средства, необходимые для успешного решения той или иной коммуникативной задачи, и маркетолог, который легко ориентируется в рынке информации и хорошо представляет, кто может быть ее потенциальным потребителем, и психолог, знающий законы зрительного восприятия. Он всегда должен стремиться к максимальной информативности изобразительного решения, к «визуальной красноречивости».

Лучшие примеры коммуникативного дизайна помогают нам в ориентации, чтении, узнавании объектов и выполняют таким образом важную функцию в повседневной жизни. В идеале, с помощью коммуникативного дизайна мы интуитивно воспринимаем информацию, отправляемся в правильном направлении и моментально распознаем продукты. Отличный коммуникативный дизайн помогает нам ориентироваться в джунглях информации, расписаниях, Интернете, марках изделий или предстоящих мероприятиях.

Например, если рассматривать упаковку, то она должна сразу давать покупателю представление по нескольким вопросам. Должно быть ясно, в первую очередь, что перед ним за товар

и кто его производитель.

Упаковка также может говорить и том, на какую категорию покупателей рассчитан товар – элитный ли это продукт, который стоит достаточно дорого, или же это продукт эконом-класса, доступный большинству покупателей.

Важный элемент коммуникативности, безусловно, - привлекательный внешний вид: от того, насколько хорош, интересен, оригинален дизайн упаковки, зависит, обратит ли покупатель внимание на ваш товар.

Цвет может задать точную эмоцию, когда это сложно выразить словами.

Цвет — элемент визуализации, который воспринимается человеком прежде чем начинаются осознательные процессы. Это простое средство коммуникации, которое движет миром и помогает установить статус всего на свете - от Олимпийских игр до пирога, и позволяет компании выделиться.

Цвет вызывает физическую и эмоциональную реакцию. Это мощный элемент визуальной коммуникации и поэтому стоит продумывать как и почему мы его используем. Цвет решает следующие задачи:

- Ускорение визуального поиска
- Улучшение распознавания объектов
- Усиление значения
- Передача структуры
- Установление личности
- Символика
- Улучшение удобства и простоты использования
- Передача настроения
- Выделение ассоциаций
- Усиление метафор

У каждой нации существует собственный спектр цветового восприятия, исторически сформировавшийся за счет традиций, обычаев и особенностей жизненного уклада. В России, например, зеленый символизирует природную чистоту и здоровый образ жизни, синий – госструктуры, красный – экстренные службы, желтый – такси и т.д.

Разные культуры имеют разные представления о «значении» цвета. Так, например, красный в большинстве стран Азии символизирует благополучие, счастье и удачу, а в Южной Африке — это цвет траура.

Позиционирование продукта должно иметь соответствующее цветовое решение. Если, например, вы производите бытовую технику и позиционируете свою продукцию как отвечающую самым современным технологиям, то имеет смысл использовать серые и стальные тона. Такое сочетание цветов имеет шансы на успех в нашей стране и в США, а вот в Китае и Японии — это проигрышный вариант, поскольку серый цвет здесь воспринимается как характеристика недорогого товара. Если компания выводит на рынок в каком-либо смысле революционный (новая категория, новая технология, уникальное качество и пр.) продукт, то подойдут «революционные» цвета: оранжевый и красный.

Еще один возможный параметр оценки — социальный портрет целевой аудитории. Для молодежи подходят яркие и даже агрессивные цвета; для обеспеченных, солидных людей — спокойные, вызывающие уважения оттенки: черный, золотой, фиолетовый.

Если используются хотя бы несколько цветов, следует четко представлять, насколько гармонично будет смотреться то или иное решение. Здесь также есть набор механизмов, позволяющих усилить эффект:

- контрастность усиливает цвет;
- насыщенные цвета создают «живое» впечатление;
- сочетание смежных по цветовой гамме и оттенкам цветов дает ощущение покоя;
- цветовой диссонанс привлекает внимание, но может вызвать негативную реакцию.

Вывод:

Понимание значения цвета и умение использовать его имеет огромное значение в печатном и электронном дизайне, поскольку цвет и цветовые сочетания помогают передать правильный тон сообщения, его суть, а также вызвать нужную реакцию на брошюру, рекламу, веб-сайт или любую другую печатную или электронную продукцию.

5. Понятие образа в искусстве и в дизайне.

Отличие проектного образа от художественного.

Проектирование — создание образа, изображения или концепции несуществующего объекта с заданными свойствами. Основной этап дизайнерского проектирования протекает в сознании дизайнера... Он сочетает знания и фантазию, интуицию и расчет, наука и искусство, талант и мастерство.

В процессе проектирования необходимо применять данные различных наук в том числе социологии, маркетинга, прогнозирования, а также использовать образно-ассоциативные методы, позволяющие наполнить форму смыслом и социо-культурным содержанием.

Проектная идея «овеществляется» в процессе проектирования в эскизе — в макете — в опытном образце, в модели. Начальный этап проектирования нового изделия — создание его эскиза. Дизайнер создает сначала в своем воображении прообраз будущей вещи с учетом существующих проектных идей, технологии, экономики, производства, достижений художественной культуры (архитектуры, живописи, скульптуры), а затем ее предварительное графическое изображение (эскиз), которое потом дополняет объемными моделями, описаниями облика и способа практического использования. При этом проект приобретает конкретные очертания в процессе дизайнерского моделирования.

Дизайн, как вид художественного проектирования, объединяет научно-технический подход с художественно-образным подходом. Активным языком проектирования является проектная графика – набросок, поисковый рисунок, технический рисунок, чертежи общего вида, фиксация моментов объемно-пространственного анализа объекта и т.п.

При создании объектов дизайна, в форме которых художественные качества имеют большую роль, чем в группе технических изделий, художественный поиск форм более широк. Важными условиями здесь являются: а) следовать стилю, моде образному смыслу; б) совершенство композиционного решения; в) учет технически конструктивных, технологических и прочих элементов формообразования.

Форма в дизайне может быть определена как выражение внешнего вида (стайлинга) изделия исходя из его внутреннего содержания и предназначения. Форма - понятие материальное. Определяется рядом свойств материи: объемностью, характером расположения и движения в пространстве, геометрическим строением, весом, плотностью, прочностью. В дизайне различают три формы: 1) Функциональную, или утилитарную, определяемую предназначением предмета или утилитарными потребностями человека; 2) Конструктивную, требующую знания физических, механических, химических, электрических и других свойств материалов; 3) эстетическую, отвечающую высокому художественному вкусу дизайнера. Исходя из свойств материи, изделие в своей конструкции и форме приобретает композиционные закономерности.

Формообразование (*formge-schtaltung (gebung)* — нем.) — процесс создания формы в деятельности художника, архитектора, дизайнера должен протекать в соответствии с общими ценностными установками культуры и теми или иными требованиями, имеющими отношение к эстетической выразительности будущего объекта, его функции, конструкции и используемых материалов.

Основным методом дизайнера является искусство генерирования дизайн-образа. Он может созреть интуитивно, или резко возникнуть в воображении в результате инсайта, или быть результатом скрупулёзного творческого поиска.

Вторым этапом является процесс упорядочения, композиционной организации элементов объекта графического дизайна. Такой процесс необходим для превращения исходного

идеального образа создаваемого объекта в конечный продукт дизайна. Этап композиционной организации объектов графического дизайна требует особой организации и искусного, квалифицированного управления. Здесь вступает в действие эффект синергетики, объединения усилий многих специалистов или соединения комплексных знаний и умений одного гениального мозга, такого, каким обладал Леонардо да Винчи. Графический дизайн проявляется в этом процессе как комплексная сфера, тесно связанная с такими областями деятельности как изобразительное искусство, типографская вёрстка, черчение и техническое проектирование.

Композиция в графическом дизайне играет крайне важную роль. Удачно созданная реклама привлекает благодаря соответствующему проектному образу цветовому решению и правильной композиционной организацией элементов. Если данное расположение выполнено грамотно, гармонично, эргономично, то изображение будет эффективно передавать заложенную в него информацию, способствовать своему назначению: продавать, призывать или предупреждать.

5. Эргономические принципы в графическом дизайн-проектировании.

Эргономика упаковки

Упаковка - комплекс защитных мер и материальных средств по подготовке товара к транспортированию и хранению, для обеспечения его сохранности.

Упаковка является важнейшим носителем рекламы. Оформление упаковки определяется не только эстетическими требованиями, но и рядом норм и ограничений, обусловленных спецификой товара. Например, оформление упаковки медикаментов, продуктов питания должно обеспечивать удобочитаемость инструкций и состава независимо от дизайн-концепции

Виды упаковки:

1. Картонная – самая популярная и экологичная
2. полимерная – негибкие футляры сложной формы (пластик)
3. из пленочных материалов – более 80% товаров (термоусадочная пленка)
4. полиэтиленовые пакеты – самый универсальный вид
5. металлическая – сдает свои позиции (фольга)

Основные функции упаковки:

1. предохраняет содержимое от порчи и загрязнения
2. облегчает транспортировку и хранение
3. обеспечивает определенный стандарт содержимого
4. придает выразительность рекламе и делает возможным распространение товара в широком масштабе
5. благодаря дозаторам, позволяет более практично использовать продукт

Упаковка — это носитель информации не только о самом продукте, но и о производителе. Дизайн упаковки играет очень важную роль для конечного потребителя - именно за счет внешней обертки товара в большинстве случаев покупатель отдает предпочтение товару среди прочих равных. Дизайн упаковки - один из основных инструментов мотивации совершения покупки.

Современные маркетологи активно используют технологии психологического воздействия на потребителя. Учитывая анализ целевой аудитории – ее возраст, род занятий, образ жизни, можно создать такое дизайн-решение, которое вызовет в покупателе резонирующие с ним образы, ассоциации, даст покупателю обещание именно тех эмоций, в которых он нуждается. Грамотно разработанная упаковка должна не просто давать пустые обещания, побуждать потребителя к покупке, но и соответствовать содержанию, чтобы не произвести разочарование.

Дизайн-концепция упаковки разрабатывается тем же путем, что и дизайн любого другого потребительского изделия. Но некоторые

принципы дизайна в оформлении упаковки более важны, чем в других областях.

1. **принцип цельности** - принцип KISS (Keep It Short and Simple) — «держись простоты и краткости». Ключевой вопрос: не слишком ли сложен для понимания покупателя созданный образ продукта? Он должен быть понятен без дополнительных объяснений. Этот принцип применяется во всех областях дизайна, но в упаковке, когда диалог с покупателем наиболее важен, этот принцип должен соблюдаться обязательно.

2. **принцип честности** – продукт не должен разочаровать сложившиеся ожидания покупателя.

3. **сочетание изображений на упаковке и вида продукта** – даже с большого расстояния портребитель должен понять, что находится внутри.

4. **принципу концентрации внимания** – взгляд покупателя, блуждая по полкам магазина, должен остановиться именно на вашем товаре.

Основная сложность при разработке дизайн-концепции упаковки в сочетании с эстетической, утилитарной и комфортной функций **с рекламной**. Существует несколько стандартных часто применяемых решений в дизайне упаковки. Например: Один из способов выделения ключевой информации заключается в использовании специальных материалов, например фольги, которая будет привлекать внимание покупателей. Еще один способ информировать и привлечь внимание покупателей состоит в том, чтобы дать ему возможность поближе взглянуть на товар с помощью полиэтиленовых или пластмассовых окошечек в упаковке. Показ изделия может быть эффективной стратегией, потому что ее использование устраняет лишние вопросы и неясности. В таком случае покупатель будет чувствовать себя более уверенно при принятии решения о покупке.

Вывод: для любого бренда упаковка играет стратегическую роль, ее смело можно назвать основной маркетинговой составляющей. При этом, в отличие от прямой рекламы, «работающей» во время рекламной кампании и некоторое время после ее окончания, упаковка оказывает постоянный эффект, будучи всегда в поле зрения потребителя

Эргономика визитки

При попадании предмета к нам в руки, очень важно, чтобы его эксплуатация не вызывала дискомфорт. Например, Заказчик просит разместить на макете его визитки множество информации, мелких картинок и прочее-прочее... Зачастую его мотив понятен: «Я плачу за дизайн, за печать и хочу, чтобы моя визитка отработала на все 100%», дизайнер в свою очередь думает: «Как хочешь» или «Как скажешь», упуская момент удобства продукта, и его мысли отныне сосредоточены на стиле.

Понять эргономичность визитки или листовки не сложно, нужно самому взять их в руки, чтобы понять, где текста и других элементов быть не должно.



Размер шрифта

При проектировании визитки на компьютере, необходимо сделать ее размер на экране реальным, чтобы определить размер шрифта.

Необходимо использовать средства акцентуации – выделение жирностью, цветом, фоном. Можно использовать модульную сетку для расположения элементов дизайна визиток.

Начать необходимо с определения главной информации, на визитной карточке: имя, номер телефона и электронный адрес.

Когда отправляете работу на печать, убедитесь, что вы дважды проверили каждую деталь. Материалы

В наше время напечатать визитку можно на всём от бумаги до металла. Мы рассмотрим классическую бумажную визитку в разных обстоятельствах.

Итак, возьмём бумажную визитку и поместим её в различные сюжеты, чтобы понять, как её нужно печатать и чем покрывать.

- Вы раздаёте визитки в качестве рекламного хода в людных местах – в таком случае визитку можно заламинировать с одной стороны. Так она сохранит презентабельный вид и не будет ломаться.

- Ваша визитка светлая – ламинировать её стоит с двух сторон, так она не испачкается.

- Если на визитке планируется ставить пометки – тогда следует использовать матовую или полуматовую ламинацию.

- Визитка из дизайнерской бумаги – ламинировать не нужно, ламинация «съест» эффект фактуры, к тому же учитывая стоимость дизайнерских бумаг их на улице не раздают.

Визитные карточки – важнейший элемент нетворкинга. Не существует плохих или хороших визиток. Есть только эффективные и неэффективные. Эффективные – это те, которые:

- Помогают вам сформировать сильный личный бренд

- Позволяют связаться с вами максимально просто и удобно

Визитная карточка имеет две важные составляющие: внешнее оформление и внутреннее содержание.

Внешний вид визитки может быть разным в зависимости от того, какой у вас бизнес, фирменный стиль вашей компании, каковы ваши личные предпочтения, и на каких клиентов вы ориентируетесь.

Кстати, бумага – не единственный материал, на котором можно напечатать свои контакты. В качестве визитки подойдет кусочек ткани, дерева или даже камень – всё зависит от вашей фантазии!



Очень важно не перегружать визитку информацией. Даже если у вас 4 титула, 3 email-адреса и 2 сайта, не нужно писать их все. Достаточно одной, максимум двух должностей, одного номера телефона, одного адреса электронной почты и одного сайта. Причем адрес сайта начинайте с www, а не с http://

Если вы работаете с иностранными партнерами, то лучше сделать двуязычную визитку: информация на русском с одной стороны и на английском – с другой.

На визитке печатают не только имя, должность, контакты и логотип компании. Если позволяет место, можно также добавить свою фотографию и краткое описание предлагаемых товаров и услуг. Например, «продажа цемента оптом» или «вязаные вещи на заказ».

Также возможно использовать цитату, имеющую отношение к вашему бизнесу. Например, юристу или адвокату подойдет такая цитата: «Не важно, на чьей стороне сила, важно, на чьей стороне право» (В. Гюго).

Итак, вы напечатали визитки и готовы щедро ими делиться. Как сделать так, чтобы они помогли вам в построении связей, а не усложняли знакомство?

Правила пользования визитками.

1. Не предлагайте свою визитку, пока вас об этом не попросили.

Начинать разговор со слов «Давайте обменяемся визитками» крайне неэффективно. Сначала пообщайтесь, объясните собеседнику, чем вы можете быть ему полезны, и дайте ему повод захотеть получить вашу визитку. Если вы, в свою очередь, хотите получить визитку собеседника, то закончить разговор можно словами: «Я бы хотел связаться с вами в соцсетях, можно вашу визитку?»

2. На мероприятии держите визитные карточки в легкодоступном месте, чтобы быстро достать одну из них, когда нужно.

Если вы не используете визитницу, то для визиток подойдут карманы. При этом обязательно храните свои визитки отдельно от чужих, иначе вы рискуете вручить новому знакомому не ту карточку.

3. Ваши визитки должны быть приличного качества и в хорошем состоянии.

Ваша карточка не должна быть поднятой с пола или последней, лежащей в вашем бумажнике 3 года. Визитки — часть вашего персонального бренда, помните об этом и будьте внимательны к ним.

4. Получив визитку от собеседника, уделите ей должное внимание.

Взяв у собеседника визитку, не стоит тут же класть ее в карман. Внимательно изучите ее, похвалите ее дизайн или необычный цвет. Есть шанс, что в ней содержится информация, за которую можно зацепиться: «У вас офисы в Тель-Авиве и Сингапуре? Это впечатляет! Я недавно также начал бизнес в Тель-Авиве». И неожиданно ваша беседа выходит на новый уровень только благодаря визитке.

5. Если у вас осталась всего одна ваша визитка, не отдавайте ее, а предложите собеседнику сфотографировать ее на телефон.

Не исключено, что в конце мероприятия вы познакомитесь еще с кем-то, кто попросит у вас визитку. Если вы отдали последнюю, то придется искать ручку и клочок бумаги, чтобы оставить человеку свои координаты. Это неудобно и непрофессионально. Поэтому, если у вас осталась одна визитка, не отдавайте ее, а говорите прямо: «Пожалуйста, сфотографируйте мою визитку, а то это последняя».

Эргономические принципы для создания сайтов

1. Минимализм. Те, кто хотят в первую очередь донести информацию, а не показать свои таланты в области дизайна прибегают именно к таким решениям.

2. Использование пустого пространства благоприятно влияет на глаза пользователей. Комбинируя минимализм и пустые пространства, вы получите не так много места для вашего сообщения, зато оно точно будет знать, что его увидят.

3. Необычная типография. Многие дизайнеры на данный момент используют типографию как основной инструмент в их дизайнерском арсенале. Ведь если ничего не приходит в голову, необычный шрифт и различные размеры и цвета слоганов могут спасти ситуацию.

4. Сложные фоны. Пользователям приятно видеть красивый, необычный фон, который в первую очередь не очень напрягает, а во вторую очередь придаёт чувство законченности и гармонии.

5. Простота. Принцип «чем меньше, тем лучше»

6. Одностраничность

7. Большие заголовки

8. Использование графиков.

9. Использование миниатюр.

10. Использование столбцов.

11. Использование значков социальных сетей. Интеграция с социальными сайтами уже давно не нововведение — это реалии интернета. Каждый сайт просто обязан включать в себя страницу В контакте и Твиттер аккаунт, сейчас это не каприз или показуха — это обязательство. Взаимодействие с потенциальными пользователями или покупателями — основополагающий элемент в продвижении своего бизнеса в интернете, да и не только.

Эргономические принципы для наружной рекламы:

С какого расстояния воспринимается рекламный плакат, вывеска. От этого зависит размер шрифта

Читаемость слов. Сложный шрифт или креативные игры со словами увеличивают время восприятия и анализ смысла – он может и не дойти.

Продумать цвет – он должен согласовываться с образом названия и окружающей городской средой.

Композиционные правила в графическом дизайне

1. Баланс. Это организация частей композиции для достижения равновесия.

2. Контраст. Это не просто различие частей композиции. Это гармоничное взаимодействие противоречивых элементов и различимость предмета от окружающего его фона.

3. Композиционный центр, на котором можно сосредоточить внимание зрителя. Если все элементы имеют относительно равный вес, внимание рассеивается.

4. Пропорционирование. Это размещение частей по отношению ко всей композиции, и к другим частям в отдельности.

5. Масштаб и сомасштабность. Это придание реального, естественно воспринимаемого (видимого) размера объекта по отношению к другим предметам, человеку.

6. Ритм. Это чередование элементов дизайна, которые, как в музыке, выстраиваются в целостное произведение, обеспечивающее непрерывность восприятия.

7. Единство многообразия. Принцип, действующий в произведениях искусства, который может придать композиции единый, целостный вид. Помогает соответствовать концепции. О нем необходимо постоянно помнить при разработке фирменного стиля.

8. Цвет. Использование цвета как средства формообразования в графическом дизайне эффективнее, если связано с историко-культурной подосновой композиции.

9. Графические средства. Используются в качестве передачи образной информации.

Графика и объем. Являются неотъемлемыми компонентами графического дизайна. Ни одна графическая композиция не является абсолютно плоской. Даже в проекциях будущих зданий, называемых «планами» или «фасадами», мысленно угадывается объёмное построение будущего сооружения. То же относится к проекциям малых объектов и форм, например ювелирных изделий, к их плоским отображениям на плоскости. Не случайно, в компьютерные программы «Autocad» достаточно ввести графические плоские проекции, чтобы программа воспроизвела объёмные построения во множестве ракурсов, перспективных видов с любых точек зрения.

7. Комплексный, системный подход к проектированию объектов дизайна.

Графический дизайн — художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Графический дизайн вносит инновационный вклад в развитие социально-экономической и культурной сферы, способствуя формированию визуального ландшафта современности. Графический дизайн также является продолжателем многовековых традиций рукописи. Получив вместе с рекламой второе дыхание в начале XX века, прикладное графическое искусство сегодня охватывает практически все сферы жизни общества. К традиционным видам книжного и плакатного оформления, решению упаковки, этикеток, разработкам фирменных знаков и фирменных стилей, а также шрифтов, добавилась коммуникативная ветвь — визуальные знаки в интерьерах зданий, на пространствах населенных пунктов и дорогах.

Разделы графического дизайна: каллиграфия, шрифт, типографика, фирменные знаки, логотипы, визуальные коммуникации, системы ориентации, плакаты, упаковка, газетный и книжно-журнальный дизайн, рекламный дизайн, фирменные стили, вэб-дизайн, телевизионный дизайн.

Графический дизайн в настоящее время становится все более интегрирующей профессией, объединяющей усилия многих специалистов. Графический дизайн осваивает такие реальности, как движение, время, интерактивность и оперирует все более разнообразными средствами экономических, маркетинговых и культурных коммуникаций.

Создание объектов дизайна — сложный процесс, в котором опыта и знаний одного дизайнера бывает не всегда достаточно. Сегодня практически любой окружающий нас предмет является продуктом современного производства со сложным оборудованием и высокоточными технологиями, продуктом комплексного труда самых различных специалистов: инженеров, конструкторов, технологов, экономистов, врачей, социологов и др. Они представляют, по мнению психологов, разные типы мышления, тем самым, дополняя друг друга и делая процесс работы над дизайном многосторонним и полноценным.

Дизайн является, несомненно, инновационной деятельностью, но, в отличие от открытия и изобретения, имеет точно определенную цель, которая формулируется в виде проектной задачи. Проектирование — создание описания, изображения или концепции несуществующего объекта с заданными свойствами.

Предпроектная стадия является решающей, определяя дальнейший путь разработки проекта. Цель этого этапа — сбор всех необходимых для проектирования материалов, всесторонний учет общественных потребностей, требований производства, экономики.

Начинается работа над проектом с получения задания на проектирование, в котором представляются все необходимые дизайнеру сведения об объекте проектирования: его назначение, функциональные, конструктивные, технологические, эргономические и другие требования.

На стадии предпроектных исследований дизайнер проводит фотофиксацию и зарисовки, необходимые обмеры исходной ситуации или прототипа, хронометраж операций пользователя, строит специальные соматографические схемы, проводит опрос потребителей, и многое другое.

Эскизы обсуждаются на художественных советах, согласовываются с заказчиками и производителями будущего изделия, демонстрируются на выставках, конкурсах, совещаниях. Поэтому они выполняются с особой тщательностью, с максимально фотографической точностью, приближая изображение к реальному виду будущего изделия.

Каждый тип объектов графического дизайна имеет свои особые свойства, признаки, качества, позволяющие им вступать в отношения с другими объектами и образовывать сочетания, комбинации, комплексы и системы.

Наиболее простые «типы» - это объекты с однородными морфологическими признаками. В основании их типологии лежат «базовые» геометрические признаки: округлость, прямоугольность, протяжённость, толщина, целостность или расчленённость

Для характеристики сложных сочетаний простых объектов, которым графический дизайн придаёт различные размеры и конфигурации, используется понятие «система». Одним из наглядных примеров системы является сочленение плоских элементов, образующих взаимно примыкающие плоскости наподобие коробки с ортогональными (расположенными под прямым углом) стенками. Более сложные системы дизайнер составляет из стержней, трубчатых и конусных конфигураций материала, соединённых вантами (нитьями или струнами), с жёсткими контурами или без всяких контуров, наподобие паутины. Далее наблюдаются ещё более усложнённые типы конфигураций, образованных за счёт применения поверхностей двоякой кривизны – дугообразные и другие «нелинейные» структуры.

Комплексный подход используется в модульном проектировании, когда от формата документа зависит формат емкостей для хранения – столов, стеллажей, шкафов; от формата упаковки зависит формат коробок, стеллажей для хранения.

Графический язык и Визуальная культура осуществляют процесс передачи образа жизни, воспринимавшегося прошлыми поколениями людям будущего, способствуют обмену навыками, способами формообразования и опытом совершенствования жизни, добытым и оправдавшим себя в уже созданных инновационных разработках.

Процесс формирования современной визуальной культуры мультимедийного типа во многом обусловлен технологиями, используемыми для создания, воспроизводства и распространения изображений. Прогрессивная роль этих технологий состоит в том, что они позволяют с большей эффективностью, чем прежде сохранять и транслировать в сознание масс шедевры старины, антикварной классической живописи, предметы ручного мастерства художников, изделия и графические произведения дизайнеров. Примером может служить фонд художественных ценностей Третьяковской галереи, который представляет собой сокровищницу русской визуальной культуры нескольких десятков веков.

8. Гармония как универсальное системообразующее средство в дизайне.

Гармония, золотое сечение, пропорционирование, модульные сетки

Гармония - эстетическая категория. Симметрия, пропорции, ритм, контраст, цельность - образующие гармонию объективно связаны с природой, с движением и развитием материи. Наши эстетические представления тесно связаны с этими понятиями. Однако, социальное бытие человека в разные эпохи под разным углом зрения рассматривало категории гармонии и это определяло их роль в общественной жизни и в искусстве. Представление о прекрасном развивалось, менялось. Гармония стала рассматриваться не как количественный, а как качественный принцип, объединяя физическое и духовное начала.

Если древние греки считали прекрасным только упорядоченное и всякое нарушение симметрии и пропорций находили безобразным, то в последующие эпохи проявления прекрасного стали обнаруживать и в нарушении порядка, в диссонансах, в кажущейся дисгармонии, ибо они свойственны жизни и, следовательно, являются частью какой-то иной гармонической системы, в которой обретают логику и смысл. "Прекрасное - есть жизнь", писал Чернышевский. И она не стоит на месте. Появления гармонии в природе и жизни шире, чем это может охватить любой канон, любая гармоническая система. И человечество никогда не перестанет искать новых гармонических отношений, сочетаний, искать проявления иных гармонических закономерностей. Однако, это не значит, что классическая гармония потеряла свое значение. То, что уже открыто, те найденные закономерности, их математическое обоснование, остаются вечным достоянием человечества, из которого будут черпать все последующие поколения.

Гармония - понятие диалектическое. По древнегреческой мифологии Гармония - дочь бога войны Арея и богини любви и красоты Афродиты, то есть, в ней слиты противоположные, враждующие начала. Поэтому понятие гармонии включает в себя контраст как необходимое условие. Контраст способствует многообразию и разнообразию, без которых немислима гармония.

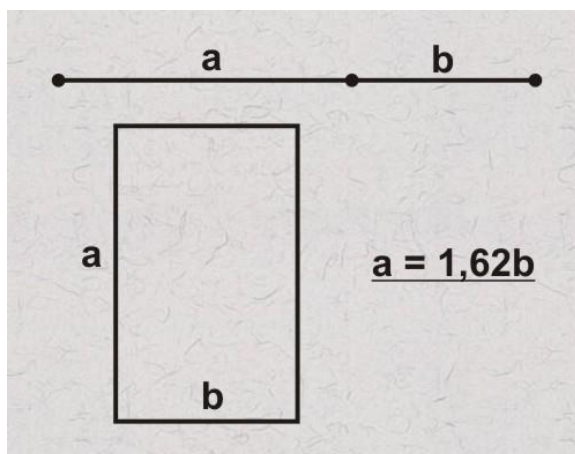
"Гармония есть единение многого и согласие несогласного" (Филолай). Это знали древние. Художник XVIII в. Хогарт находил, что сущность гармонии в единстве и разнообразии. Он преклонялся перед волнообразной линией, которую считал "линией красоты и грации", потому что она является конкретным воплощением единства и разнообразия. Без разнообразия невозможна красота. Однообразие утомляет. В смене противоположного проявляется диалектическая закономерность - отрицание отрицания. В зримых образах искусства она выражается через ритм и контраст. Смысл гармонии в обуздании хаоса.

Но она осуществляет это через борьбу противоположных начал. Объединяя противоположные начала, гармония уравнивает их, вносит меру и согласие, упорядочивает и в награду получает красоту.

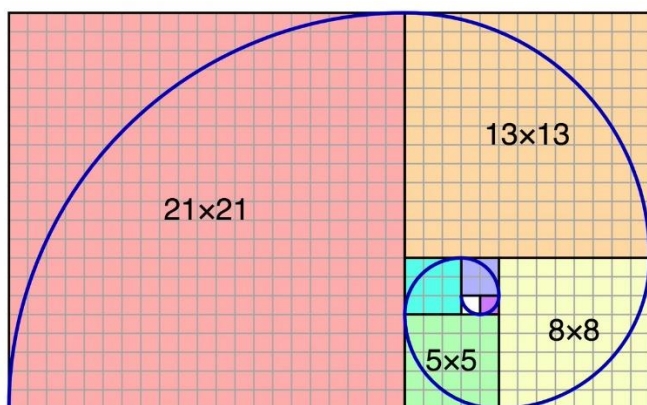
Золотое сечение (золотая пропорция, деление в крайнем и среднем отношении, гармоническое деление) гармоническая пропорция, в которой одна часть относится к другой, как всё целое к первой части. С древних времен художники и архитекторы придавали большое значение выбору пропорций в своих творениях. Одно из самых знаменитых открытий эпохи Возрождения, которое использовалось для этих целей и используется по сей день, — это **формула золотого сечения**. Давайте посмотрим, как применяется золотое сечение в графическом дизайне.

Золотое сечение — это такое соотношение размеров, когда меньший относится к большему, как больший к сумме большего и меньшего. Математически это выглядит как $b:a = a:(a+b)$.

При этом $a=1,62b$. Такое соотношение считается самым правильным и объекты, имеющие такие пропорции, воспринимаются людьми как наиболее гармоничные.



Золотая спираль — логарифмическая спираль, коэффициент роста которой равен φ^4 , где φ — золотое сечение.



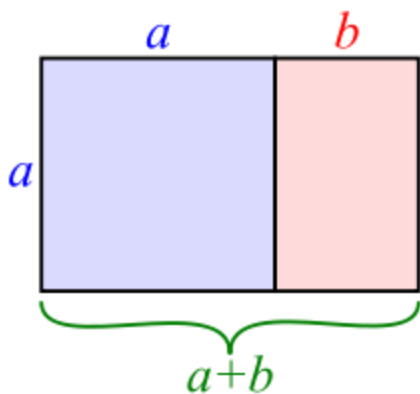
Коэффициент роста логарифмической спирали показывает во сколько раз изменился полярный радиус спирали при повороте на угол 360° .^[1] Свое название эта спираль получила из-за связи с последовательностью вложенных друг в друга прямоугольников с отношением сторон, равным φ , которые принято называть золотыми. Золотую спираль можно как вписать в систему таких прямоугольников, так и описать вокруг нее. Популярность золотая спираль приобрела из-за того, что известная с начала XVI века и применяющаяся в искусстве^[2] спираль, построенная по методу Дюрера^{[3][4]}, оказалась хорошей аппроксимацией для золотой спирали (см. рисунок).

Спираль Дюрера и золотая спираль, вписанные в последовательность вложенных друг в друга золотых прямоугольников: зелёная спираль - спираль Дюрера - составлена из четвертинок окружностей внутри квадратов, в то время как красная спираль является золотой спиралью, особым видом логарифмической спирали. Перекрывающиеся секции показаны жёлтым цветом. Длина части спирали внутри большого квадрата находится к длине спирали внутри следующего квадрата в золотой пропорции.

Существует несколько похожих спиралей, которые близки, но не совпадают в точности с золотой спиралью^[5], с которой их часто путают.

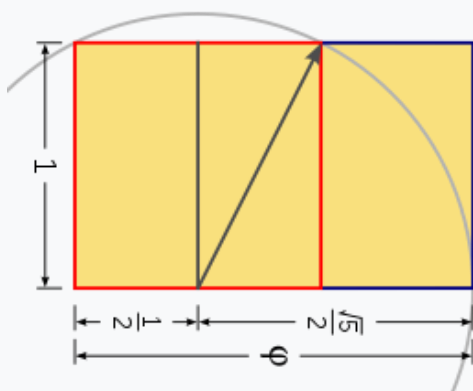
Как уже было написано выше, при вписывании золотой спирали в последовательность вложенных друг в друга золотых прямоугольников, она аппроксимируется спиралью, построенной по методу Дюрера. Золотой прямоугольник можно разделить на квадрат и подобный ему прямоугольник, его, в свою очередь, разделить тем же образом, и продолжать этот процесс произвольное число раз. Если в эти квадраты вписать соединенные между собой четвертинки окружностей, то получается спираль, изображенная на первом рисунке.

Ещё одной аппроксимацией является спираль Фибоначчи, которая строится подобно вышеописанной спирали, за исключением того, что начинают с прямоугольника из двух квадратов и добавляют потом к большей стороне прямоугольника квадрат такой же длины. Поскольку отношение между соседними числами Фибоначчи стремится к золотой пропорции, спираль всё больше приближается к золотой спирали по мере добавления квадратов (см. второй рисунок).



Золотой прямоугольник с длинной стороной a и короткой b , помещённый рядом с квадратом со стороной a , даёт подобный золотой прямоугольник с длинной стороной $a+b$ и короткой стороной a . Это иллюстрирует отношение

Золотой прямоугольник — это прямоугольник, длины сторон которого находятся в золотой пропорции,

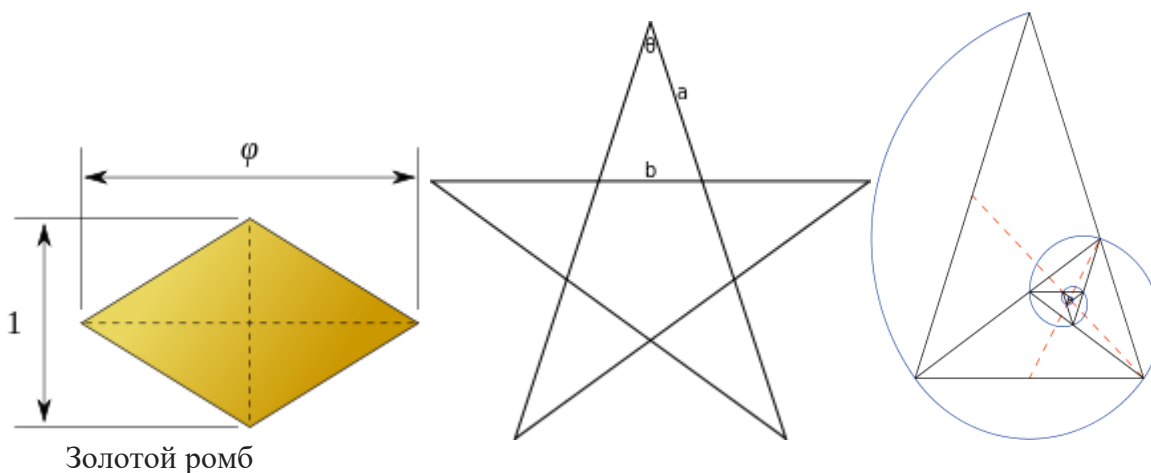


Метод построения золотого прямоугольника. Квадрат выделен красным цветом. Результирующие размеры находятся в золотой пропорции.

Золотой прямоугольник можно построить с помощью циркуля и линейки следующим способом:

1. Строим обычный квадрат.
2. Из угла проводится линия до середины противоположной стороны.
3. Строим окружность, используя точку пересечения в качестве центра окружности, а в качестве радиуса используем полученный отрезок.
4. Продолжаем противоположную сторону до пересечения с окружностью.

Золотой ромб — ромб, чьи диагонали относятся друг к другу как ϕ , где ϕ — (золотое сечение).



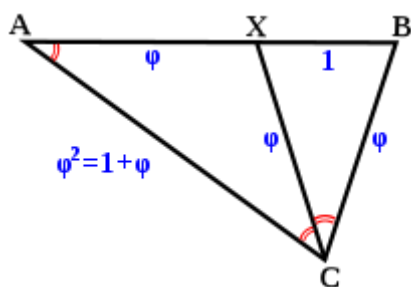
Золотой ромб

Золотая Пентаграмма. Каждый угол является золотым треугольником. Фигура также содержит пять золотых гномонов, которые получаются соединением двух несмежных углов с центральным пятиугольником.

Золотые треугольники, вписанные в логарифмическую спираль.

Золотой треугольник — это равнобедренный треугольник, в котором две боковые (равные) стороны находятся в золотой пропорции с основанием. Золотые треугольники можно обнаружить в развёртках некоторых звёздчатых форм додекаэдра и икосаэдра.

Также, тот же треугольник обнаруживается в вершинах пентаграммы.



Золотой треугольник разбит на два треугольника Робинсона — золотой треугольник и золотой гномон.

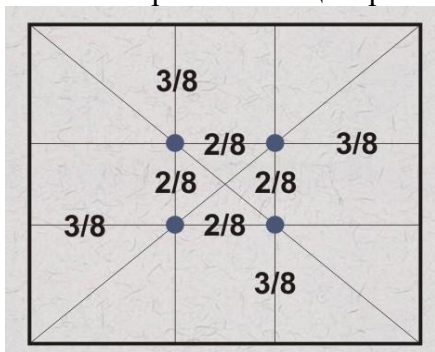
Золотой гномон тесно связан с золотым треугольником. Золотой гномон, тупоугольный равнобедренный треугольник, в котором отношение длины равных (коротких) сторон к длине третьей стороны (основанию) является обратным к золотому отношению. Золотой гномон является уникальным треугольником с пропорцией углов 1:1:3. Его острые углы составляют 36° , то же значение, что и у угла при вершине золотого треугольника.

<http://designer31.ru/stati/zolotoe-sechenie-v-dizajne.html>

Как применять правило золотого сечения в дизайне?

Об этом правиле всегда нужно помнить, разрабатывая дизайн и выбирая размеры макета или страницы. Чаще всего это прямоугольник, и соотношение длин его сторон по правилу золотого сечения должно быть **1:1,62**. Для человеческого глаза более приемлема вертикальная ориентация, т.к. в стороны он видит лучше, чем вверх-вниз, и меньше при этом напрягается. Поэтому сжатое в ширину и вытянутое в высоту изображение удобнее для восприятия.

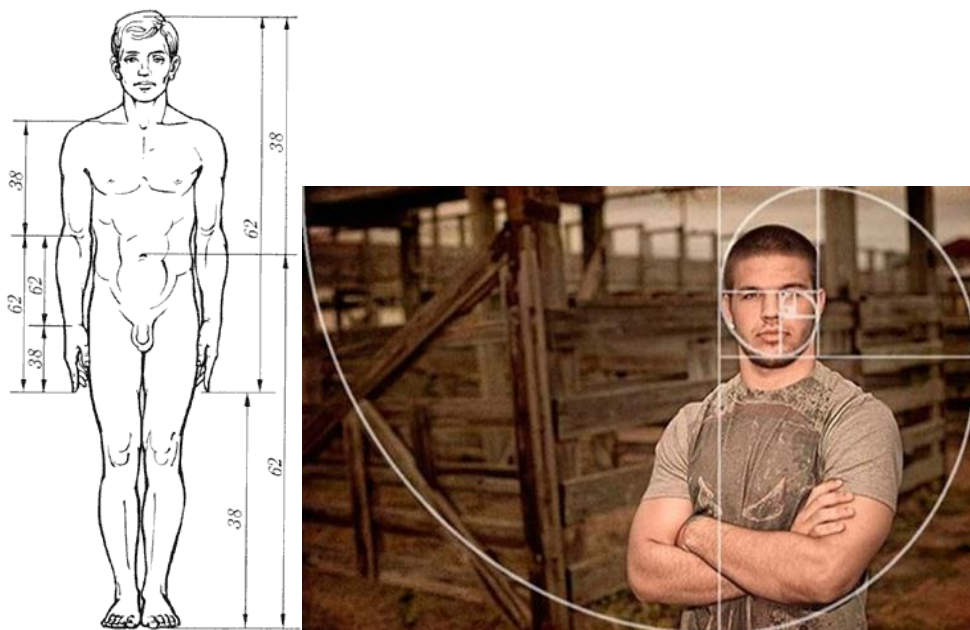
Еще одно применение золотого сечения в графическом дизайне, а также в фотографии, — это **расположение предметов в так называемых «зрительных центрах»**. Схема расположения зрительных центров по правилу золотого сечения показана на рисунке.



Эффективный дизайн не должен быть просто симпатичной и яркой картинкой. Человек различает окружающие его предметы по форме. А форма, в основе построения которой лежат сочетание симметрии и золотого сечения, способствует наилучшему зрительному восприятию и ощущению красоты, гармонии и комфорта.

designer31.ru если принять центром человеческого тела точку пупка, а расстояние между ступнями и пупком за единицу измерения, то рост человека эквивалентен 1,618. Подробнее, можно ознакомиться, погуглив тему. Заодно и обратите внимание на Витрувианского человека да Винчи

Источник: https://www.babyblog.ru/community/post/babyblog_photo/1740475 © BabyBlog.ru



И даже в фотографии мы используем небезызвестное "правило третей". При определении зрительных центров кадр делится линиями, параллельными его сторонам в пропорциях 3:2, 3:5, 1:2 - берутся последовательно идущие числа Фибоначчи

Другими словами, наше подсознание, понимает красоту на уровне нашей внутренней биологии, ибо мы подобны в этом природе. Миллионы лет эволюции демонстрировали нам красоту в живого мира, и это стало нашим восприятием. Наш мозг чувствует негармоничное независимо от нас самих, нашего образования, развития. И напротив, гармония - это красота, которую мы впитываем и понимаем еще до рождения. И красота не может быть субъективной. Гармония на уровне физики и математики вполне объективна. Субъективным могут быть лишь предпочтения

Правило третей — это принцип построения композиции, основанный на упрощенном правиле золотого сечения. Правило третей применяется в рисовании, фотографии и дизайне.

При определении зрительных центров, кадр, как правило, делится линиями, параллельными его сторонам, в пропорциях 3:5, 2:3 или 1:2 (берутся последовательно идущие числа Фибоначчи). Последний вариант дает деление кадра на три равные части (трети) вдоль каждой из сторон.

Несмотря на заметное отличие положения центров внимания, полученных по правилу третей, от золотого сечения, технологическая простота и наглядность сделали эту схему композиции популярной.

Сетка, построенная по правилу третей, используется в видоискателях некоторых фотоаппаратов для облегчения компоновки кадра.

Пропорционирование - приведение частей целого к единому пропорциональному строю. https://vlasta-print.ru/blog/o-chem-molchat-tipografii/o-chem-molchat-tipografii_67.html

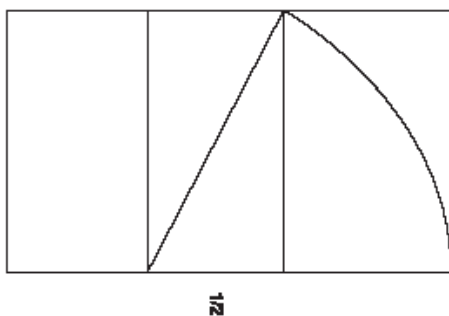


Рис.5. Построение прямоугольника золотого сечения на основе квадрата.

Бесконечное повторение з. с. и квадрата при рассечении прямоугольника з. с. обнаруживает повторение целого в его частях, что является одним из условий гармонии целого. Это свойство прямоугольника з.с. было обнаружено художниками и они стали использовать з. с. как способ гармонизации, способ пропорционирования. Фидий использовал з. с. при постройке Акрополя (5 век до н. э.)

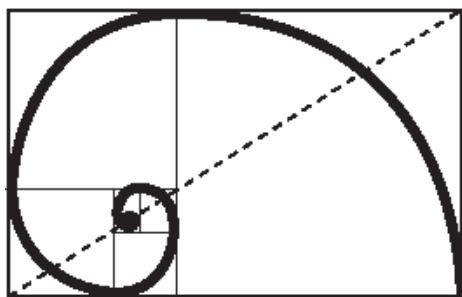


Рис. 6. Логарифмическая кривая "Спираль Жизни"

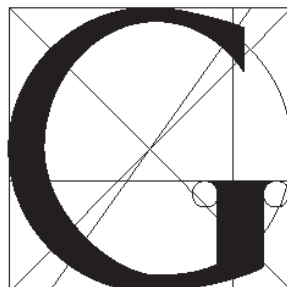


Рис. 7. Построение буквы из книги Луки Пачоли "О божественной пропорции"

Греческие ремесленники, создавая гончарные изделия также применяли з. с. В эпоху Возрождения з. с. использовали не только в зодчестве, скульптуре, живописи, но и в поэзии и музыке. Дюрер, Леонардо да Винчи и его ученик Лука Пачоли применяли з. с. в поисках гармоничных пропорций букв. Прямоугольник з. с. мы встречаем и в пропорциях средневековых рукописных книг, и в современной книге, так как стройные пропорции з. с. позволяют красиво организовать пространство книжной страницы и разворота.

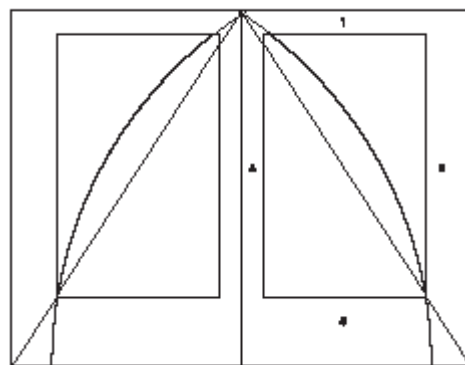
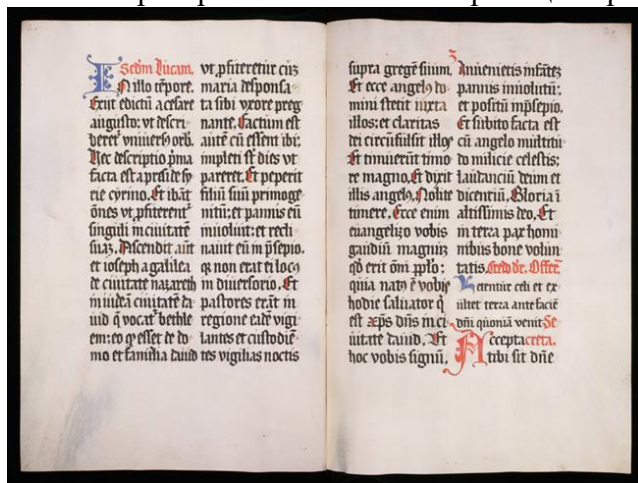


Рис. 8. Схема идеальных пропорций средневековой рукописи.

Пропорции страницы 2:3, а плоскость, занятая письмом в пропорции золотого сечения.

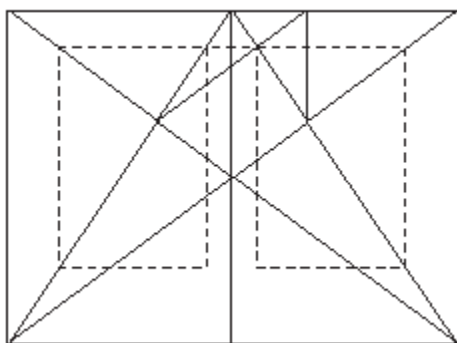


Рис. 9. Один из способов определения размера полосы набора при заданном формате.

Модульная сетка

Это шаблон (невидимый скелет) для оформления полиграфической продукции – система горизонтальных и вертикальных (а порой еще диагональных и дуговых) направляющих, помогающих сориентировать и согласовать между собой отдельные элементы композиции (текст, картинки) (упорядочить, организовать информацию, чтобы не было впечатления хаоса).

Какая от нее польза?

Во-первых, модульная сетка привносит в дизайн порядок, цельность и связь всех его частей. Она позволяет рационально организовать любое графическое пространство, будь то бланк, визитка, постер, книга, сайт, интерьер, сохраняя во всех его элементах единство стиля.

А во-вторых, заметно ускоряет выполнение заказа, ведь работать по шаблону гораздо легче, чем всякий раз заново изобретать велосипед.

Человек издавна пытался понять природу красоты, "разложить" ее на отдельные составные части, "поверить гармонию алгеброй". Древнейший пример использования модульной сетки – средневековый канон, которым пользовались переписчики книг при разметке книжных страниц.

В XX веке вновь возродился интерес к золотому сечению как к способу пропорционирования.

Оно привлекло внимание архитекторов. Советский архитектор Жолтовский и француз Корбюзье занимались проблемами з. с. и использовали его в своей архитектурной практике, Корбюзье создал целую систему пропорционирования на основе чисел ряда золотого сечения и пропорций человеческого тела и назвал ее "Модульор", что по-латыни означает "ритмически размерять".

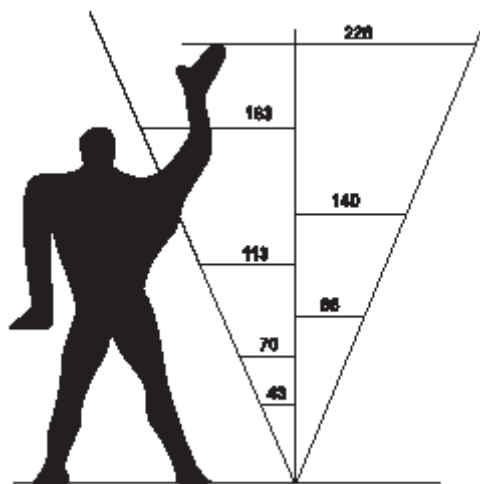


Рис. 9. Модульор (упрощенная схема)

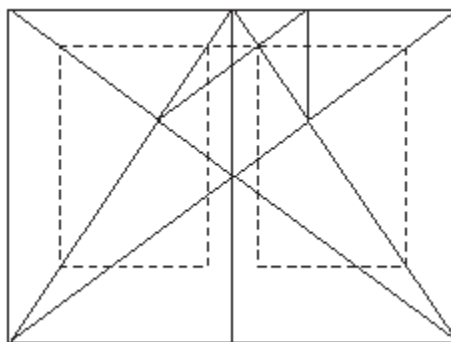


Рис. 10. Варианты деления прямоугольника на основе Модульора.

Модульор Корбюзье представляет собой гармонические ряды чисел, которые связаны в единую систему и предназначены для использования в архитектуре и дизайне - для гармонизации всей среды, в которой обитает человек. Корбюзье мечтал о перестройке с помощью Модульора всей архитектурной и предметной среды. Сам он создал несколько прекрасных образцов архитектуры, но о более широком применении Модульора в существующих условиях не могло быть и речи.

Модульор использовался в ряде случаев в дизайне и в графическом дизайне - при конструировании печатных изданий. На рис. 16 приводятся варианты деления прямоугольника 3:4, приведенные Корбюзье для демонстрации возможностей конструирования с помощью Модульора.

В разработку вопроса пропорционирования и использования золотого сечения внес свой вклад Д.Хэмбидж. В 20-м году в Нью-Йорке вышла его книга "Элементы динамической симметрии". Хэмбидж исследовал динамическую симметрию, которую он обнаружил в ряде прямоугольников, с целью ее практического применения художниками в композиционном построении. Он делает попытку раскрыть секреты, которыми пользовались древние греки, добиваясь гармонического решения формы. Его внимание привлекли свойства прямоугольников, составляющих ряд, где каждый последующий прямоугольник строится на диагонали предыдущего, начиная с диагонали квадрата Ц2. Это прямоугольники Ц4, Ц5 (с меньшей стороной равной стороне квадрата, принятой за единицу). (Рис. 17). Кульминацией ряда является прямоугольник Ц5, обладающий особыми гармоническими свойствами и "родственный" прямоугольнику золотого сечения, (о нем будет сказано ниже).

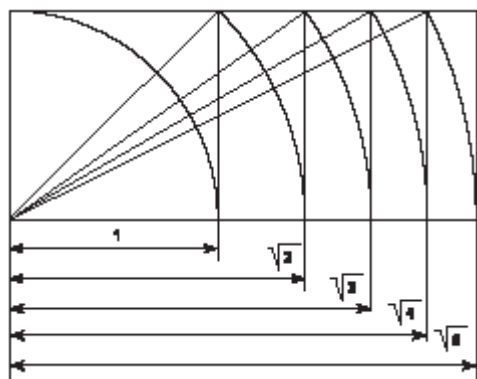


Рис. 11. Ряд динамических прямоугольников Хэмбиджа.

Хэмбидж рассматривает также площади квадратов, построенных на сторонах этих прямоугольников и обнаруживает следующую динамику: в пр-ке Ц2 квадрат, построенный на большей стороне, имеет площадь в 2 раза большую, чем квадрат, построенный на меньшей стороне. В пр-ке Ц3 квадрат на большей стороне в 3 раза больше квадрата на меньшей стороне и так далее. Таким образом образуются динамические ряды площадей, состоящие из целых чисел.

Хэмбидж утверждает, что древние греки использовали этот принцип в своих композиционных решениях. Прямоугольники динамического ряда, о котором мы говорили, являются первичными площадями в композиционной системе Хэмбиджа. Каждый из этих прямоугольников может быть разбит на отдельные части и порождать новые композиционные решения, новые темы. Например, прямоугольник Ц5 можно разбить на квадрат и два прямоугольника золотого сечения. Прямоугольник золотого сечения может быть разбит на квадрат и прямоугольник золотого сечения, а также может быть разбит на равные части, при этом обнаруживается следующая закономерность: при делении пополам он даст два прямоугольника, в каждом из которых будет по два прямоугольника золотого сечения. При делении на три части - по три прямоугольника золотого сечения в каждой трети. При делении на 4 части - по четыре прямоугольника з. с. в каждой четверти основного прямоугольника.

Помимо прямоугольника золотого сечения и квадрата, наибольший интерес для нас представляют прямоугольники Ц2 и Ц5. Древние греки эпохи классики предпочитали именно эти прямоугольники, Хэмбидж утверждает, что 85% произведений греческого классического

искусства построено на пр-ке Ц5. Чем интересен этот прямоугольник? Будучи разделенным по вертикали и по горизонтали на две части, он восстанавливает свои пропорции. Прямоугольник этот можно расчленить на квадрат и два малых прямоугольника золотого сечения. Кроме того, в нем просматриваются два прямоугольника золотого сечения, перекрывающие друг друга на величину квадрата. Оставшаяся часть тоже представляет собой прямоугольник золотого сечения. Таким образом, прямоугольник Ц5 обнаруживает ритмические свойства. В нем возникает красивая симметрия (малый прямоугольник з. с. + квадрат + малый прямоугольник з. с.).

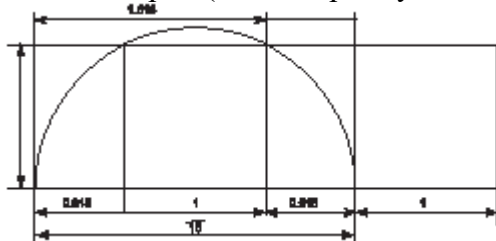


Рис. 16. Ритмические свойства прямоугольника

Хэмбидж приводит композиционную схему греческой чаши для питья из бостонского музея: чаша вписывается (без ручек) в горизонтально вытянутый прямоугольник Ц5. Диагонали двух прямоугольников золотого сечения, перекрывающих друг друга на квадрат, пересекаются в точке, через которую проходит граница между чашей и ее ножкой. Ширина основания ножки равна высоте чаши и равна стороне квадрата, находящегося в центре прямоугольника Ц5. Ножка вписывается в два малых прямоугольника з. с., отсеченных от квадрата линией, горизонтальной к основанию пр-ка Ц5 и проходящей через точку пересечения двух диагоналей больших прямоугольников з. с. В современном художественном конструировании прямоугольник Ц5 также находит широкое применение. Мы его встречаем в пропорциях автомашин, станков и других изделий. В прикладной графике - в форматах проспектов, буклетов, упаковок; в изобразительном искусстве, в монументальном искусстве, в пропорциях картинной плоскости, в композиционном строе картины.

Прямоугольник Ц2 также находит широкое применение, в особенности в области прикладной графики. Он используется как формат бумаги для деловой документации, поскольку обладает удивительным свойством, - при делении пополам он не меняет своих пропорций. При делении образуется ряд подобных прямоугольников, гармонически связанных между собой единством формы. На рис. 18 приводится изображение прямоугольников, используемых при композиционном построении благодаря гармоническим отношениям их сторон.

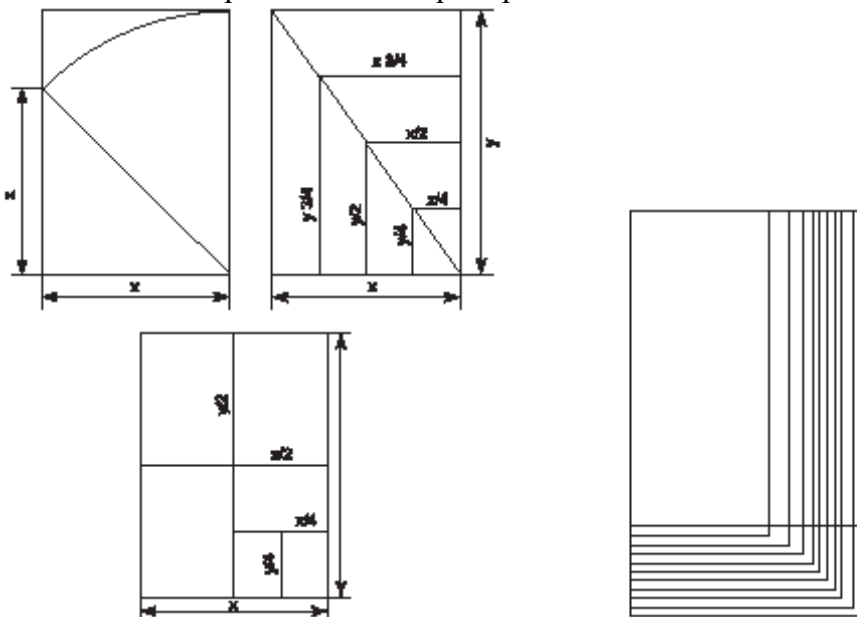


Рис. 17. Пропорции сторон в пр-ке Ц2, использованные в стандарте Поратмана.

Рис. 18. Гармонические отношения сторон в прямоугольниках.

Ниже приводятся числовые отношения пр-ков Ц2, Ц3, Ц4, Ц5 к их обратным числам, с которыми они находятся в гармоническом отношении. (Обратным числом называется число, полученное при делении единицы на данное число). Если принять меньшую сторону прямоугольника за единицу, то для прямоугольника число (соответствующее большей стороне прямоугольника) =1,4142, а обратное число=0,7071; для пр-ка Ц3 число=1,732, обратное число=0,5773; для пр-ка Ц4 число=2, обратное число=0,5; для пр-ка Ц5 число=2,236; обратное число=0,4472; для пр-ка' з. с. число= 1,618, обратное число=0,618.

На основе пр-ка Ц2 была проведена стандартизация и унификация форматов книг, бумаг, деловой документации, открыток, плакатов, папок и других объектов, связанных с прикладной графикой. Этот стандарт, известный как стандарт доктора Поратмана был принят в 17 европейских странах. В основу стандарта был положен формат 841X1189мм и площадью в 1м². От него выведены остальные форматы, составляющие его доли:

- 1м² - 841 X 1189мм
- 1/2м² - 594 X 841мм
- 1/4м² - 420 X 594мм
- 1/8м² - 297X420мм (двойной лист)
- 1/16м² - 210X 297мм (лист для деловой переписки, бланков)
- 1/32м² - 148X210мм (пол листа для деловой переписки, бланков)
- 1/64м² - 105X148мм (почтовая открытка)
- 1/128м² - 74X105мм (визитная карточка)

Стандартом предусмотрены и дополнительные форматы 1000X1414 и 917X1297 и их доли. Для конвертов предлагаются, размеры: 162X229 и 114X162. (Стандарт приведен не полностью).

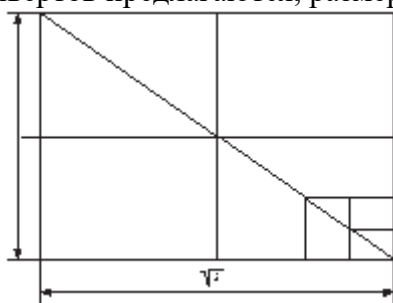


Рис. 19. Деление прямоугольника на доли: 1/2, 1/4, 1/8, 1/16, 1/64.

Поскольку обращение с деловыми бумагами, документацией подразумевает необходимость иметь не только соответствующие им по размеру и формату конверты и папки, но и емкости, в которых хранится документация, отсюда возникает необходимость в соответствующей мебели: столах, шкафах, полках. Размеры и пропорции мебели, в свою очередь, подсказывают и характер интерьеров помещений. Таким образом возникает целостная система гармонизованных элементов интерьера, подчиненная единому модульному принципу.

Пропорциональные отношения должны существовать не только между отдельными частями целого, но и между предметами, составляющими группы объектов, связанных единым стилем, функциональной задачей. Например, между объектами, входящими в систему фирменного стиля.

Предметы, окружающие человека, должны быть гармонизованы не только по отношению друг к другу, но и связаны с человеком единой мерой, с физическим его строением. Зодчие древности считали, что отношение частей архитектуры друг к другу и к целому должно соответствовать частям человеческого тела, их отношениям. Таким же образом Модульор Корбюзье исходит из размеров человеческого тела и из отношений золотого сечения в нем, (расстояние от земли до солнечного сплетения и расстояние от солнечного сплетения до макушки составляют крайнее и среднее отношения золотого сечения...

Масштабные отношения между вещами, предметным окружением и человеком выступают как средство гармонизации, ибо масштаб является одним из проявлений соразмерности,

устанавливающим относительные раамеры между человеком и предметом - в архитектуре, в дизайне, в прикладном искусстве, в частности, в прикладной графике, в искусстве книги. Так, размеры и форматы плакатов и любых объектов, служащих целям визуальной коммуникации - вывесок, дорожных знаков и т. д., а также их композиционное решение всегда избираются в зависимости от назначения и от условий эксплуатации, а значит и в соответствующих масштабных отношениях. То же самое касается и области книжного оформления и всевозможной печатной рекламы и упаковки.

Среди систем пропорционирования, используемых в архитектуре, дизайне, в прикладной графике следует упомянуть системы "предпочтительных чисел" и различные модульные системы.

"Предпочтительные числа" - ряд чисел геометрической прогрессии, где каждое последующее число образуется умножением предыдущего числа на какую-нибудь постоянную величину. Числа из предпочтительных рядов используются при конструировании упаковок, в композиции рекламных плакатов. Они обеспечивают ритмическое развитие формы, их можно встретить и в построении формы античной вазы и в современной станке.

Известна система пропорционирования - так называемые "**итальянские ряды**", в основе которых лежат первые числа ряда Фибоначчи - 2, 3, 5. Каждое из этих чисел, удваиваясь, составляет ряд чисел, гармонически связанных между собой:

- 2 - 4, 8, 16, 32, 64, и т. д.
- 3 - 6, 12, 24, 48, 96
- 5 - 10, 20, 40, 80, 160

Пропорционирование связано с понятиями соразмерности и меры. Одним из способов соизмерения целого и его частей является модуль. Модуль - размер или элемент, повторяющийся неоднократно в целом и его частях. Модуль (лат.) означает - мера. Любая мера длины может являться модулем. При строительстве греческих храмов, чтобы добиться соразмерности использовали также и модуль. Модулем мог служить радиус или диаметр колонны, расстояние между колоннами.

Витрувий, римский зодчий 1 в. до н. э., в своем трактате об архитектуре писал, что пропорция есть соответствие между членами всего произведения и его целым - по отношению к части, принятой за исходную, на чем и основана вся соразмерность, и соразмерность есть строгая гармония отдельных частей самого сооружения и соответсхвие отдельных частей и всего целого одной определенной части, принятой за исходную.

В прикладной графике модуль широко используется при конструировании книг, журналов, газет, каталогов, проспектов, всяческих печатных изданий. Применение модульных сеток помогает упорядочить расположение текстов и иллюстраций, способствует созданию композиционного единства. В основе модульного конструирования печатных изданий лежит комбинация вертикальных и горизонтальных линий, образующих сетку, делящих лист (страницу) на прямоугольники, предназначенные для распределения текста, иллюстраций и пробелов между ними. Этот прямоугольный модуль (их может быть несколько) определяет ритмически организованное распределение материала в печатном издании.

Существуют сетки различного рисунка и степени сложности. А. Херлберт приводит в своей книге "Сетка" образцы модульных сеток для журналов, книг, газет.

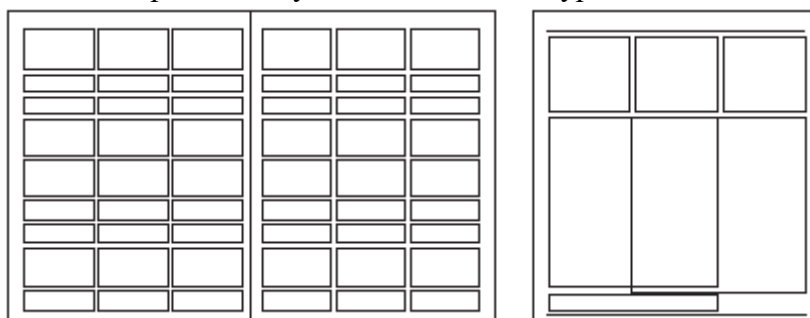


Рис. 13. Модульные сетки для рекламных изданий

Не следует путать модульную сетку с типографской сеткой, определяющей размеры полей и формат полосы набора. Конечно, модульная сетка, постольку, поскольку имеет дело с печатными изданиями, должна учитывать размеры строк, высоту литер, пробельные элементы в типографских мерах (квадраты, цитеро, пункты), чтобы правильно располагать печатный материал на странице.

Система сеток благодаря четкой модульной основе позволяет ввести в процесс проектирования издания электронные программы. В прикладной, промышленной графике модульную сетку применяют при конструировании всевозможных рекламных изданий и, в особенности при проектировании графического фирменного стиля. Модульную сетку применяют при конструировании различных знаков, знаков визуальных коммуникаций, товарных знаков и др.



Рис. 14. Товарный знак, построенный на основе модульной сетки.



Рис. 15. Коммуникационный знак для Олимпийских игр в Мюнхене, построенный на модульной сетке

В основу модульных сеток часто бывает положен квадрат. Квадрат очень удобный модуль. Он широко используется как модуль в современной мебельной промышленности, в частности, при конструировании сборной мебели, "стенок".

Двойной квадрат издавна известен как модуль традиционного японского дома, где размеры комнат находились в соответствии с тем, сколько раз уложится на полу циновка-татами имеющая пропорции двойного квадрата.

В прикладной графике квадрат используется для форматов проспектов альбомов, детских книг, но он также определяет и внутреннее пространство этих изданий. Квадратный модуль может использоваться и не в квадратном формате.

Приведем пример использования квадратного модуля в квадратном формате: при трехколоночном наборе текста вся площадь, отведенная под текст и иллюстрации делится на 9 квадратов. Если ширину колонки обозначить 1, то квадрат будет 1x1. Иллюстрации при этом могут занимать площади: 1x1, 1x2, 1x3, 2x2, 2x3, 3x3, 2x1, и т. д., то есть мы будем иметь достаточно широкие возможности для комбинирования иллюстраций и текста в верстке. В композиционной структуре произведений искусства и дизайна имеют значение пропорции прямоугольников и других геометрических фигур, в которые вписывается данное произведение или его основные части. Поэтому следует рассмотреть прямоугольники, которые нашли наиболее широкое применение благодаря своим гармоническим свойствам (о прямоугольнике золотого сечения говорилось выше). Обратимся снова к квадрату. Квадрат как конструктивная форма известен издавна. Он привлекал внимание художников Древнего мира и эпохи Возрождения.

На рисунке Леонардо да Винчи изображена связь квадрата и круга с человеческой фигурой известная еще древним, (Витрувий). Художники Возрождения - немец Дюрер, итальянец Пачоли, француз Тори, занимаясь разработкой начертания букв, исходили из формы квадрата, буква со всеми своими элементами вписывалась в квадрат (рис. 12), хотя и не все буквы приравнивались к квадрату, однако общий композиционный строй определялся квадратом. Квадрат является

устойчивой, статичной фигурой. Она ассоциируется с чем-то неподвижным, завершенным. В Древнем мире у некоторых народов изображение квадрата было связано с символикой смерти. (В этой связи интересно заметить, что пропорции квадрата в природе встречаются в формах неживой материи, у кристаллов). Благодаря своей статической завершенности квадрат используется в прикладной графике, в области визуальных коммуникаций наряду с формой круга как элемент, фиксирующий внимание, а также для ограничения пространства, на котором сосредоточена информация.

Симметрия.

В пропорции и соразмерности проявляются количественные отношения между частями целого и целым. Греки к ним присоединяли и симметрию, рассматривая ее как вид соразмерности, - как ее частный случай - тождество. Она, как и пропорция, почиталась необходимым условием гармонии и красоты. Симметрия основана на подобии. Она означает такое соотношение между элементами, фигурами, когда они повторяют и уравнивают друг друга. В математике под симметрией подразумевается совмещение частей фигуры при перемещении ее относительно оси или центра симметрии.

Существуют различные виды симметрии. Простейший вид симметрии зеркальная (осевая), возникающая при вращении фигуры вокруг оси симметрии. Симметрия, возникающая при вращении фигуры вокруг центра вращения называется центральной. Наивысшей степенью симметрии обладает шар, так как в центре его пересекается бесконечное множество осей и плоскостей симметрии. Абсолютная, жесткая симметрия характерна для неживой природы - кристаллов (минералов, снежинок).

Для органической природы, для живых организмов характерна неполная симметрия (квасисимметрия), (например, в строении человека). Нарушение симметрии, асимметрия (отсутствие симметрии) используется в искусстве как художественное средство. Небольшое отклонение от правильной симметрии, то есть некоторая асимметричность, нарушая равновесие, привлекает к себе внимание, вносит элемент движения и создает впечатление живой формы. Различные виды симметрии обладают различным воздействием на эстетическое чувство:

- зеркальная симметрия - равновесие, покой;
- винтовая симметрия вызывает ощущение движения...

Хзмбидж причисляет все простые геометрические фигуры к статичной симметрии, (разделяя все виды симметрии на статичные и динамичные), а к динамичной симметрии относит спираль. В основе статичной симметрии часто лежит пятиугольник (срез цветка или плода) или квадрат (в минералах). В искусстве строгая математическая симметрия используется редко.

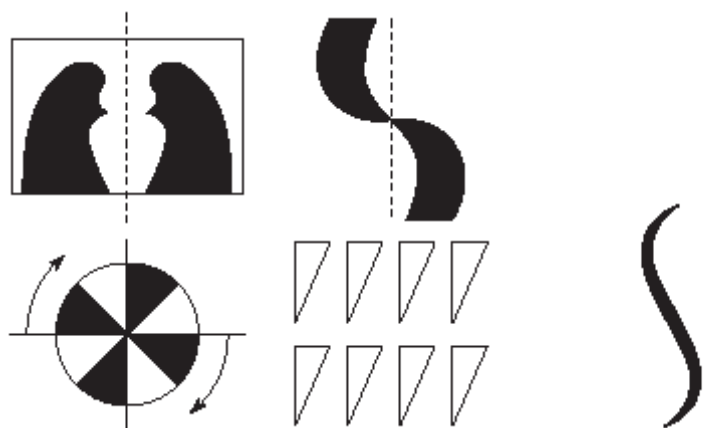


Рис. 20. Виды симметрии: Зеркальная, винтовая, центральная, по сдвигу.

Рис. 21. "Линия грации и красоты" Хогарта

Симметрия связана с понятием середины и целого. В древнегреческой философии и искусстве понятие "середины, центра связано с представлением о цельности бытия". Середина - "избегание крайностей" (Аристотель) - означает принцип уравновешенности. Без понятия "середины" немыслимо античное учение о пропорциях, мере, симметрии или гармонии".

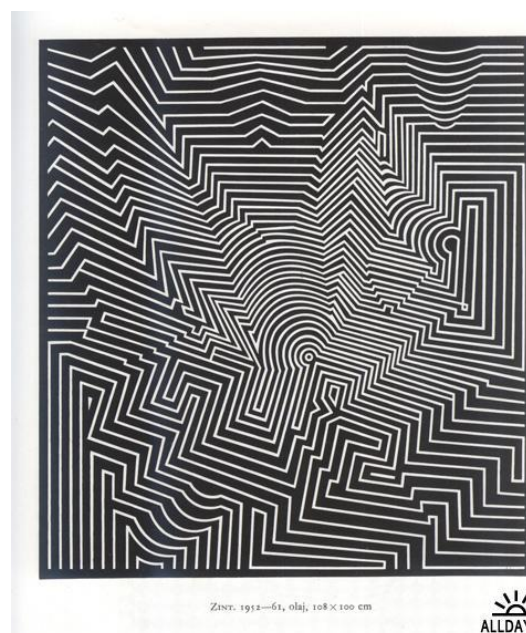
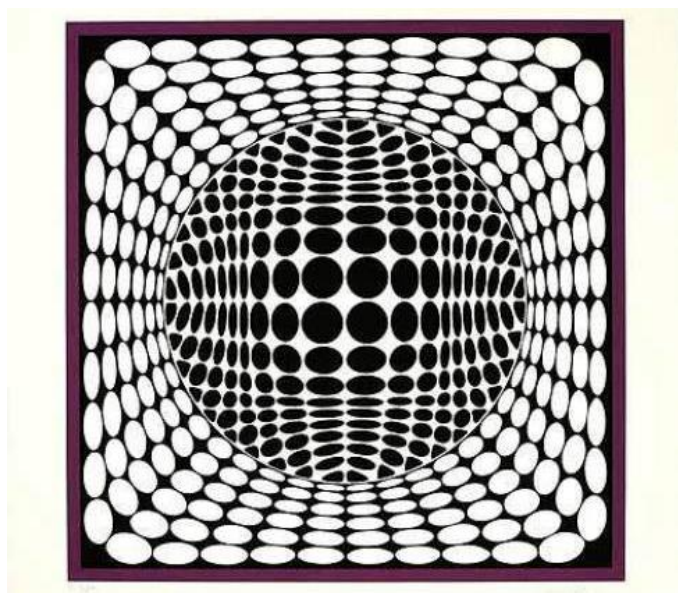
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ

На практических занятиях осуществляется разработка креативных объектов по учебному пособию:

Благова, Т. Ю. Теория и методология дизайна [Электронный ресурс]: учеб. пособие. Ч. 2. Креативные методы дизайна / Т. Ю. Благова ; АмГУ, ФДиТ. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 79 с. http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7762.pdf

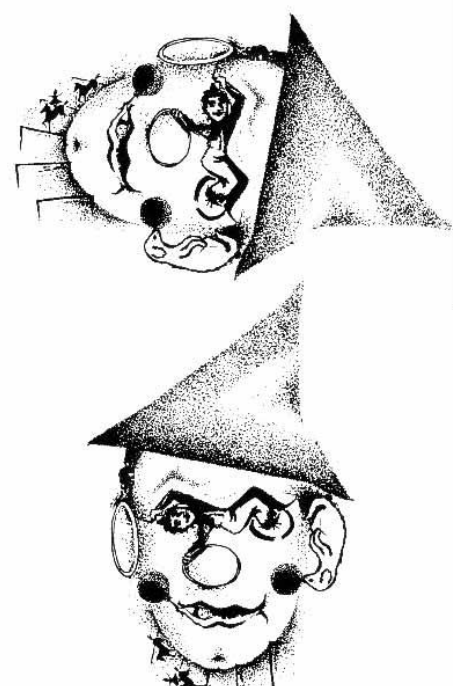
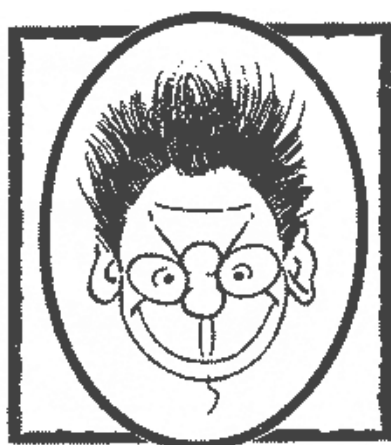
7 семестр. Креативные методы

Метод кинетизма



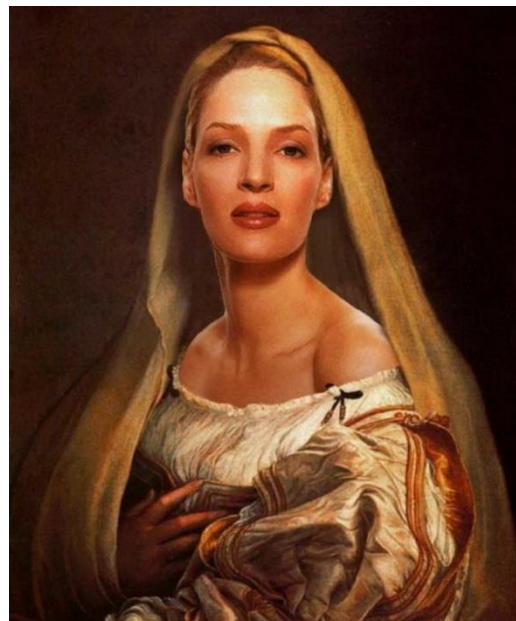
Разработка эскизов по данному методу. Для примера используются работы Вазарелли. Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Метод инверсии



Разработка эскизов по данному методу.
Для примера используются графические перевертыши
Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Метод интеграции



Разработка образа знакомого человека по данному методу. | Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Бионический и модульный метод



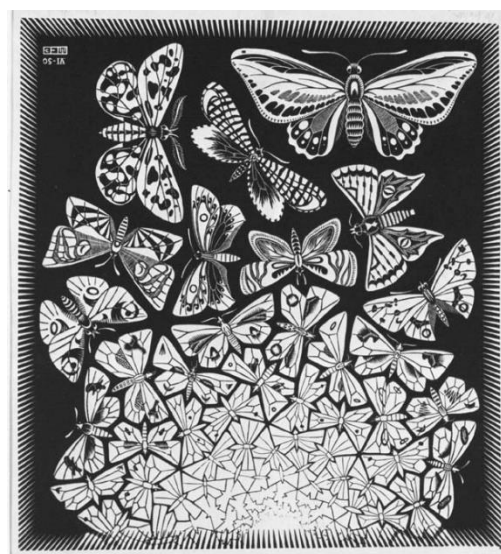
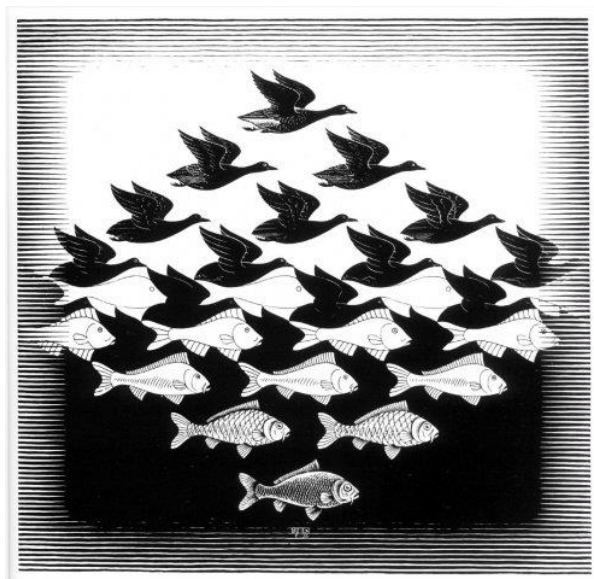
Джузеппе Арчимбольдо. Зима.



Джузеппе Арчимбольдо. Весна

Разработка эскизов по данному методу. Для примера используются работы Джузеппе Арчимбольдо. Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Метод трансформации



Трансформация одного объекта в другой. Для примера используются работы Эшера
Разработка эскизов по данному методу. Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Метод игры, метод деконструкции.



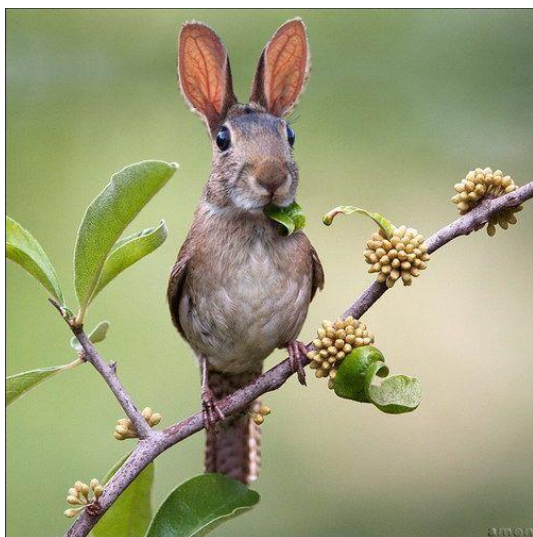
Северини Балерина в голубом



Пикассо Портрет Амбруаза Воллара

Разработка эскизов по данному методу. Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

Метод совмещения несовместимого



Разработка образов по данному методу. Создать аналогичную работу в авторской интерпретации.

8 семестр. Разработка полиграфической продукции

№ п/п	Наименование темы	Содержание темы
1	Выбор темы, объектов для разработки.	Изучение разновидностей полиграфической продукции
2	Изучение требований к проекту.	Вживание в образ
3	Изучение прототипов и аналогов	Аналитическая работа: анализ, сравнение, синтез, обобщение
4	Разработка дизайн-концепции	Проектирование образа
5	Разработка вариантов проектного образа	Мозговой штурм
6	Выбор и проработка творческого эскиза	Детализация, выбор колористической гаммы
7	Разработка шрифтового сопровождения и слоганов	Подбор образности шрифта к образу проекта
8	Разработка объектов полиграфической продукции	Компоновка и пропорционирование элементов каждого объекта
9	Компоновка и оформление планшета	Компоновка и пропорционирование планшета
10	Оформление дизайн-концепции	Детализация и визуальное представление дизайн-концепции

В качестве полиграфической продукции берется разработка и изготовление авторского календаря. Студент должен создать необычный образ, применить метод игры с дизайн-объектом (чтобы можно было повернуть, переставить, перевернуть, вытащить какую-то деталь календаря). При оценке дизайн-объекта учитывается степень новизны, авторской разработки, а также гармоничность, целостность образа.

Примеры



МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Пункт 7. Рабочей программы САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

№ п/п	№ раздела (семестра) дисциплины	Форма самостоятельной работы	Кол-во часов
1.	1	Доработка аудиторных практических заданий Создание электронного банка креативных методов	36
2	2	Доработка аудиторных практических заданий Выполнение графического проекта	60
		Всего	96

Данные задания для самостоятельной работы студенты выполняют, опираясь на учебное пособие:

Благова, Т. Ю. Теория и методология дизайна [Электронный ресурс]: учеб. пособие. Ч. 2. Креативные методы дизайна / Т. Ю. Благова ; АмГУ, ФДиТ. - Благовещенск: Изд-во Амур. гос. ун-та, 2017. - 79 с. http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7762.pdf

Электронный банк методов студенты выполняют по аналогии с методами, представленными в пособии.

Выполнение графического проекта – это разработка и изготовление авторской тематической визитки для клиента. При оценке дизайн-объекта учитывается степень новизны, авторской разработки, а также гармоничность, целостность образа.

Примеры



Благова Татьяна Юрьевна,
доцент кафедры дизайна АмГУ, кандидат педагогических наук,
член Союза дизайнеров России.

Основы теории и методологии в графическом дизайне [Электронный ре-сурс]: сборник учеб.-метод. материалов по дисциплине для направления подготовки 54.03.01 - направленность (профиль) образовательной программы Графический дизайн / АмГУ, ФДиТ; сост. Т.Ю. Благова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2017. Режим доступа: http://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/8406.pdf

Усл. печ. л. 2,3.

