

УДК 7.03"312",7(1-6)

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Жусупова Д.Ж.,
ст. преподаватель кафедры искусств
Костанайского государственного
педагогического института
Кенжегара А.,
студентка 3 курса
специальности «Изобразительное
искусство и черчение» КГПИ,
г. Костанай, Республика Казахстан

Аннотация

Графикалық дизайн-үйлесімді және тиімді көрнекі-коммуникативтік ортаны құруға арналған графикалық дизайн және өнер қызметі. Графикалық дизайн біздің заманымыздың визуалды ландшафтыт құруға көмектесіп, әлеуметтік-экономикалық және мәдени саладағы инновациялық үлес енгізді. Бұл пәнді қазіргі кезеңде толығырақ серттеу үшін тарих және көптеген әдебиетке сүйену қажет. Графикалық дизайнды зерттеу бойынша жасалған ғылыми-зерттеу жұмыстары осы пәннің тарихи ақпараттық білімнің дамуына әсер етуіне тиімді болып табылады.

Аннотация

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.

На данном этапе развития изучения данной дисциплины необходимо большее углубление в историю и литературу. Проведенная исследовательская работа по изучению графического дизайна результативна в плане влияния на развитие информационных знаний истории данной дисциплины.

Abstract

Graphic design art design activities for creation of the harmonious and effective visual communicative environment. The graphic design makes an innovative contribution to development of the social economic and cultural sphere, promoting formation of a visual landscape of the present. At this stage of development of studying of this discipline bigger deepening in history and literature is necessary. The carried-out research work on studying of graphic design is productive in respect of influence on development of information knowledge of history of this discipline.

Түйінді сөздер: графикалық дизайн, өнер, дизайн, қолөнер, қаріп.

Ключевые слова: графический дизайн, искусство, дизайн, прикладное искусство, шрифт.

Key words: graphic design, art, design, crafts, font.

1. Введение.

В настоящее время графический дизайн играет большую роль. Он делает продукт уникальным, не похожим на его аналоги, в связи с чем товар получается наиболее привлекательным и стильным. К заслугам графических дизайнеров можно отнести различные значки,

кнопки, загрузочные экраны. Помимо всего прочего, с помощью графического дизайна грамотно преподносится информация, которую нужно подать должным образом.

Данная тема очень актуальна в современном обществе. Сегодня 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. Цель проведенной работы раскрыть тему графического дизайна как такового, так и на этапах его производства, с помощью использования специальной литературы. А так же задачами являются принципы графического дизайна, его эффективность в разных видах рекламы, фирменный стиль. Примеры рекламы современного общества [1].

Как верно замечено многими учеными, истоки рекламы лежат в сфере общественной практики, производственной, трудовой, художественной деятельности. С развитием форм межличностной коммуникации реклама действует как ответ на потребность человека в передаче духовно-ценностных отношений, позволяющий индивиду (коллективу) подключать свою самоценную единичность к общественной. Сюда с полным правом можно отнести первичные образно-художественные формы коммуникации: графические символы, графемы и рисунок; естественные предметы и значащие формы, а также вещные символы, привязанные к конкретной форме мира (фетиши, тотемы и т.п.); звуковые сигналы. Эти и другие подобные формы коммуникации фиксировали ценностно-важные события, общественные явления, значимый коллективный опыт, нормы и стандарты поведения.

Таким образом, реклама прошла длительный путь эволюции. На протяжении своей истории она приобретала различные черты, отражавшие культурные нормы и ценности той или иной эпохи.

2. Материалы и методы.

Дизайн-подготовка направлена, прежде всего, на формирование личности проектанта, воспитание навыков комбинаторного мышления и умения генерировать множество творческих идей. Цель достигается путем развития и стимулирования образно-графического мышления обучающихся. При этом уже апробированные художественными учебными заведениями методики были модифицированы и приобрели некоторую специфику: все основные стадии учебного процесса от пропедевтических курсов до композиционного проектирования реализуются с помощью компьютерных технологий.

Теория и практика, составляющие профессиональное мастерство, содержатся в трех частях, каждая из которых могла бы быть выпущена отдельной книгой. В основу книги Лесняка В. положен собственный 30-летний опыт творческой и педагогической деятельности автора, опыт его коллег. Визуальный ряд, тщательно подобранный из работ студентов, ярко и образно иллюстрирует каждый раздел книги. Книга предназначена для студентов высших учебных заведений, изучающих графический дизайн [2]. Она будет полезна практикующим дизайнерам (в том числе начинающим и тем, кто только мечтает стать дизайнером-графиком), преподавателям профильных учебных заведений, арт-директорам, рекламистам, художникам и архитекторам.

Нами выделена классификация графического дизайна по категориям решаемых задач:

- Типографика, каллиграфия, шрифты, в том числе дизайн газет, журналов и книг.
- Фирменный стиль, в том числе фирменные знаки, логотипы, брендбуки.
- Визуальные коммуникации, в том числе системы ориентации.
- Плакатная продукция.
- Визуальные решения для упаковок продукции.
- Задачи веб-дизайна.
- Визуальный стиль телевизионных передач и других продуктов СМИ

Основные продукты графического дизайна:

- Корпоративный стиль компании и его основной элемент- логотип.
- Буклеты, брошюры, календари и другая рекламная полиграфическая продукция.
- Упаковки, этикетки, обложки.
- Сувенирные продукции.
- Интернет сайты.
- Книжные макеты и иллюстрации

3. Понятие графического 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 сфер жизни, способствуя формированию визуального ландшафта современности.

Графический дизайнер может пользоваться типографским оформлением, изобразительными искусствами и техниками вёрстки страниц для производства конечного результата. Графический дизайн как термин часто применяют при обозначении самого процесса дизайна, с помощью которого создаётся коммуникация, так и при обозначении продукции (результатов), которая была получена по окончании работы [3].

Графический дизайн в настоящее время становится все более интегрирующей профессией, объединяющей в работе со сложным, многоуровневым предметом визуальной реальности принципы и методы различных профессиональных дисциплин. Кроме визуального образа, текста, пространства, графический дизайн осваивает такие реальности, как движение, время, интерактивность и оперирует все более разнообразными средствами экономических, маркетинговых и культурных коммуникаций. История графического дизайна, в целом, неотделима от истории человеческой цивилизации. Даже самые древние и примитивные рисунки человека можно отнести к сфере первоначального развития графического дизайна. Тем не менее, более предметно можно говорить об истории графического дизайна лишь в том случае, если взять за первоначальный этап само начало развития графического дизайна как отдельной сферы деятельности, относящейся к числу художественных и профессиональных дисциплин.

В данном ключе можно говорить об истории графического дизайна как о становлении отдельной сферы деятельности человека, направленной на визуально-коммуникативное представление информации. Действительно, если попытаться определить саму суть развития графического дизайна станет совершенно ясно, что с течением времени человек все ближе подходил к осознанию того, что очень часто выражение информации (мысли, призыва, предостережения) посредством графического изображения гораздо более эффективно, нежели текст или устная речь [4].

Примером являются различные общепринятые предупредительные знаки, эффективно передающие необходимый минимум информации за очень короткое время.

Реклама представляет собой целенаправленное информативное воздействие неличного характера на потребителя для продвижения товаров на рынке сбыта. Печатная реклама – одна из форм рекламы, использующая средства полиграфии. Основными носителями печатной рекламы являются: листовки, плакаты, буклеты, проспекты, каталоги и т.п. В определенной мере к понятию полиграфия можно отнести и тиражирование объектов наружной рекламы, и декорирование фирменного автопарка и особенно в печатной рекламе. Чтобы грамотно сделать все выше перечисленные виды рекламы, необходимо иметь представление об особенностях полиграфических технологий и правилах зрительного восприятия. Печатная реклама рассчитана на зрительное восприятие. Причем читатель воспринимает рекламное объявление в следующем порядке: во-первых; смотрит, во-вторых; читает заголовок, в-третьих; читает текст. Одной из основных задач рекламы в печатном издании – это привлечь внимание читателя, сделать рекламируемый товар узнаваемым среди массы других подоб-

ных. Существует ряд принципов восприятия рекламы, выполнение которых поможет завоевать внимание. Реклама в печати отлична от рекламы на ТВ, по виду психологического воздействия на человека. Например, очень важным является место размещение рекламы на обложке она эффективнее, соответственно дороже, чем внутри. Каждый сантиметр страницы имеет определенную степень эффективности при размещении на нем рекламы [5].

3.1. История графического дизайна.

Графический дизайн, как специфическая область творчества, представляет собой результат постепенного слияния двух направлений в художественной культуре. С одной стороны, популярного коммерческого искусства (афиши, реклама, газетные и журнальные иллюстрации), получившего развитие в конце XIX первой половине XX века и открывшего новый изобразительный язык художника архитекторам и дизайнером. С другой, современного изобразительного искусства, развивавшегося в Европе в первые три десятилетия XX века.

Первоначально этот термин означал художественное расположение и монтаж на печатном листе текста с изображением в процессе создания зрительно-словесного ряда. В настоящее время сфера деятельности графиков-дизайнеров существенно расширилась, включив компьютерную графику и видео программы, пространственно-конструктивные эксперименты и др [6]. Многообразные проблемы массовой коммуникации требуют создания современных графических средств и могут быть разрешимы лишь в результате коллективного творчества многих специалистов.

Основные термины.

Для того чтобы понимать, о чем идет речь в следующих статьях, давайте разберемся в некоторых терминах, которые будут встречаться в дальнейшем. Если Вы работаете в дизайне не первый день, большинство этих терминов Вы уже слышали, однако, все равно стоит посмотреть определения, возможно, это сможет дополнить информацию, которой Вы обладаете:

Гарнитура – шрифт или несколько шрифтов, имеющих стилистическое единство начертания. Состоит из набора знаков (обычно – цифры, буквы, знаки пунктуации, спецсимволы, но может состоять так же исключительно из неалфавитных знаков). Часто это понятие путают с понятием "шрифт", хотя шрифт – это определенное начертание знаков, в то время как гарнитура определяет общее "семейство" шрифтов. Например, гарнитура "Times New Roman" состоит из обычного, курсивного, полужирного и множества других шрифтов этого семейства [7].

Кегль – высота буквы, включающая в себя нижние и верхние выносные элементы. Измеряется в типографских пунктах (обозначается как pt). Например, текст набранный 14 кеглем будет равен 14 pt по высоте. 1 типографский пункт равен 1/72 английского дюйма. Это примерно 0,352 миллиметра.

Интерлиньяж – межстрочный интервал. Расстояние между базовыми линиями соседних строк. Измеряется интерлиньяж в типографских пунктах.

Кернинг – расстояние между буквами. Основная суть кернинга – подбор различных интервалов между различными парами конкретных букв, для увеличения удобочитаемости. В программах верстки кернинг – изменение расстояния между буквами, задающееся в процентах. Может быть как отрицательным, так и положительным. При отрицательном кернинге – буквы сдвигаются, при положительном – раздвигаются.

Трекинг – межбуквенные пробелы, применяемые к группе символов (слово, строка, абзац...). Трекинг служит для разрядки (осветления) или уплотнения (затемнения) набора, а так же для вгонки и выгонки слов (изменения числа набранных строк).

Рубрикация – система деления текста, при которой соподчиненные заголовки различного уровня выражают взаимосвязь и соподчиненность возглавляемых ими частей (рубрик, глав, разделов, подразделов).

Графема – базовая форма знака, помогающая отличить этот его от любого другого осмысленного знака, вне зависимости от художественных особенностей исполнения. Графема, как правило, определяет единицу текста. Например, базовая форма (графема) буквы "А" позволяет отличить ее от буквы "Б" вне зависимости от того, какой гарнитурой она набрана [8].

Глиф – конкретное графическое исполнение графемы. Если в тексте используется несколько глифов для одной и той же графемы (например, в зависимости от контекста), такие глифы называются аллографами друг друга.

Виды чтения:

Сплошное чтение – долгое спокойное размеренное чтение длинного связного текста.

Выборочное чтение – чтение отрывками. Так читают, чтобы найти в тексте нужную информацию.

Характеристики шрифтов и текстов.

Итак, мы уже определились, что текст в рекламе играет существенную роль. Но различные тексты в различных видах рекламы имеют разное назначение. Текст в интернете, имеющий большой объем, статья в журнале или газете, длинное описание товара в каталоге предназначены для сплошного чтения. Текста в макете для наружной рекламы значительно меньше, и к нему необходимо привлечь внимание. Рекламный слоган, как правило, состоит из одной-двух фраз и предназначен для того, чтобы его запомнили [9].

Так как различные тексты имеют различное назначение, то и значимость каких-либо характеристик этих текстов и шрифтов для их набора различна. Какие-то характеристики являются наиболее важными для одних текстов, какие-то – для других. Речь идет о таких характеристиках, как:

Удобочитаемость – свойство текста и шрифтов для его набора, характеризующее легкость восприятия. Удобочитаемость важна в текстах, предназначенных для сплошного чтения. Графическое исполнение шрифтов, используемых для набора таких текстов, должно быть максимально привычным и нейтральным.

Стоит заметить, что удобочитаемость обеспечивается не только мерами типографики, но так же стилистики, семантики и прочими свойствами текста. [10]

Заметность – характеристика важная для текста, который мы хотим выделить. В отличие от удобочитаемого текста, заметный текст в первую очередь видят, и только потом читают. Сделать текст более заметным можно, оперируя цветом символов или фона, при помощи крупного кегля, акцидентного и/или выделительного шрифта.

Различимость – характеристика шрифта и текста, являющаяся важной для чтения в условиях пониженной видимости и/или за короткое время. Например, текстов в наружной рекламе. Различимость текста обеспечивается ясными, максимально отличающимися друг от друга формами букв, крупным кеглем и сильным контрастом цветов текста и фона.

4. Выводы.

Графический дизайн в настоящее время становится все более интегрирующей профессией, объединяющей в работе со сложным, многоуровневым предметом визуальной реальности принципы и методы различных профессиональных дисциплин. Кроме визуального образа, текста, пространства, графический дизайн осваивает такие реальности, как движение, время, интерактивность и оперирует все более разнообразными средствами экономических, маркетинговых и культурных коммуникаций. Разумеется, это лишь первая подобная статья о графическом дизайне. Основными структурными факторами успешности макета печатной рекламы являются: иллюстрации, заголовки, основной текст объявления и название (логотип) компании. Есть и дополнительные факторы, к которым можно отнести гарнитуру шрифта, выбор цветов, фотографии, диаграммы и др. Реклама становится все более изобразительной. Если раньше оригинальность и выразительность не являлись обязательными требованиями, то теперь они начинают определять ее качественный уровень и свидетельствуют о

красоте замысла. Реализация творческой цели в качестве разработки рекламной концепции товара или услуги – неотъемлемое условие выполнения функций рекламы. Неслучайно под дизайном в широком смысле понимают «оригинальный ход мысли, новую компоновочную идею, красивый замысел». Графический дизайн это главная составляющая для реализации эффективной рекламы.

Список литературы

- Чихольд Я. Облик книги. – Издательство: «Студия Артемия Лебедева», 2009.
Лебедев А. Ководство. – Издательство: «Студия Артемия Лебедева», 2006.
Кричевский В. Типографика в терминах и образах. – Издательство: «СЛОВО», 2000.
Победин В. А. Знаки в графическом дизайне – Издательство: «РАНОК», 2001.
Roger C. Parker. Looking Good in Print. – 2008.
Розенсон И. А. Основы теории дизайна. – СПб.: Питер, 2003.
Черников Я. Г. Построение шрифтов (Стереотипное издание) – Издательство «АРХИТЕКТУРА», 2007.
Барышников Г. М. Шрифты. Разработка и использование. – Издательство: «ЭКОМ», 1997.
Фоли ДЖ. Энциклопедия знаков и символов. – М., 1997.
Были использованы материалы: HARD&SOFT. – 1996.
Туэмлоу Э. Графический дизайн. Фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи. – М.: АСТ, 2007. – 256 с.
Розенсон И. Основы теории дизайна. – СПб.: Питер, 2006. – С. 6-7.