

Дизайн не стоит на месте, а развивается согласно интересам и потребностям общества. Дизайнерские объекты несут на себе печать времени и говорят последующим поколениям об уровне технического прогресса, особенностях социально-политического устройства общества и доминирующих канонах красоты.

1.2. ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Графический дизайн — художественно-проектная деятельность, направленная на создание графических объектов и систем. Графический дизайн может быть цифровым или печатным, может включать фотографии, иллюстрации и другие виды графики. Графический дизайн поддерживает развитие социально-экономической и культурной сфер жизни человека, способствуя формированию визуальной культуры населения.

Задача графического дизайна — проектирование визуальных коммуникаций и самого визуального языка. Для этого за основу принимается визуальный текст, под которым понимается не только шрифтовое сообщение, а любой объект, зрительно воспринимаемый и понимаемый как некая знаковая система (символ, изображение, фирменный стиль и др.).

Графический дизайн охватывает различные области визуальной коммуникации: книги, плакаты, иллюстрации, рекламную и другую печатную продукцию, типографику, фирменный стиль, графику на упаковке, инфографику, а также графику для телевидения, компьютерных программ, сложных мобильных приложений, 3D-анимации и др. Графика улучшает удобство использования продукта, укрепляет брендинг и обеспечивает положительный пользовательский опыт в интерфейсах. В графическом дизайне искусство и функциональность сливаются воедино.

Как известно, люди воспринимают изображения быстрее, чем слова или текст. Внешний вид продукта очень важен для привлечения пользователей к его приобретению, неважно что это будет: книга, мультимедиа, еда, услуга. Визуальные элементы, а также текст не только передают сообщение, но и задают тон и голос общения. Это может быть достигнуто с помощью фона, типографики, композиции, цветовой палитры, форм и размеров шрифтов и изображения, стилистических подходов. Также, следуя популярным тенденциям, графические дизайнеры придают объекту необходимый облик, формируют визуальную среду, воспитывают вкус.

Графический дизайн — интернациональное явление (одно из его современных названий — *viscom* (визуальный коммуникатор)). Он может быть понятен без слов. В то же время графический дизайн может быть направлен на передачу национального характера. С помощью графического дизайна можно решать такие комплексные задачи проектирования сложных структур, как создание фирменных стилей целых отраслей промышленности, территориального брендинга, выработка единых систем знаков для навигации в городе (инфографика), создание визуальных комплексов крупных мероприятий, выставок и т.д.

В начале XX в. понятия «графический дизайн» просто не существовало. Этот термин ввел в обиход Вильям Диггинс в 1922 г. Он назвал себя графическим дизайнером, обобщив всю свою профессиональную работу по созданию книг, шрифта, каллиграфических этюдов и рекламных объявлений. В. Диггинс указал на непосредственную связь графического дизайна, воспроизводимого в тираже, и рекламы: «Напечатанное для того, чтобы продать что-либо, понимается каждым как реклама»¹.

Графический дизайн развивается в основном под влиянием социальных и экономических факторов. Например, интернациональный стиль был вызван потребностями крупных корпораций в системах идентификации. Психоделический дизайн 70-х гг. XX в. является графическим выражением движения хиппи, столь популярного в то время. Новые компьютерные технологии открывают богатейшие возможности для графического дизайна, однако среди дизайнеров особо ценится умение создавать ручную графику.

Таким образом, стили в графическом дизайне отражают эстетические взгляды и потребности общества, степень его образованности, господствующие политические идеи и т.д. Понятие «стиль» в графическом дизайне тесно связано с понятием «графический язык» и часто с ним отождествляется.

Графический язык — это некий набор визуальных приемов, характерных для данного стиля. В графический язык могут входить принципы композиции (статичная или динамичная, упорядоченная или хаотичная), характер колористических и тоновых отношений, пластические приемы (использование плашек, линеек и т.д.), арсенал используемых шрифтов.

Например, в графике Баухауза композиции обретают центр, в ряде случаев становятся динамичными, с ярко выраженной диагональю. Цветовые гаммы у дизайнеров Баухауза скуднее и минимали-

¹ Dwiggins W. A. Layout in Advertising. — N. Y., London : Harper & Brothers, 1928.

стичнее, чем в стиле модерн, исчезает орнаментация, главенствуют прямые и циркульные линии, строгие геометрические шрифты. Графический язык, как и стиль, связан со временем, местом и ситуацией, что, однако, не позволяет полностью отождествлять эти понятия.

Базовые принципы графического дизайна составляют основу любого проекта. Это — построение форм, пространства, выбор цвета, гармония общего баланса и ряд других аспектов. Эти принципы помогают наилучшим образом донести смысловое послание, передать эмоции и настроение. Баланс, ритм и контраст позволяют организовать множество простых элементов в интересную композицию. Базовые принципы графического дизайна должны применяться исходя из общей концепции проекта в соответствии с целевой аудиторией.

1.3. СФЕРА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

В графическом дизайне много направлений работы: дизайн многостраничных изданий, упаковки, моушн-дизайн, веб-дизайн, дизайн интерфейсов сайтов и приложений, гейм-дизайн и др.

Графические дизайнеры помогают организовывать визуальную информацию так, чтобы она дошла до потребителя наилучшим образом. Фирменный бланк, логотип, оформление учебника, иллюстрации в книгах, плакаты, билборды — именно дизайнер-график решает проблему точного и художественно-образного сообщения информации. Грамотная типографика помогает сделать текст легким для восприятия. Задача графического послания — сделать визуальную коммуникацию ясной и понятной.

Дизайнеры-графики проектируют шрифты, фирменный стиль предприятий, макеты страниц журналов, газет и других печатных изданий, рекламные модули, оформление витрин, упаковку, рекламную продукцию, веб-сайты, компьютерную графику для игр, телевидения. Если оглянитесь вокруг, то увидите много примеров: этикетки товаров, упаковка, обложки журналов, оформление книг, телевизионные заставки, билборды — все это создает графический дизайнер. Он может разработать дизайн для объектов различной величины: от маленькой почтовой марки или миниатюрной книги до создания брендинга территории или государства.

Дизайнер-визуализатор занимается тем, что воплощает идею проекта в изображение. При этом он может использовать любые

художественные материалы и техники: от рисунка карандашом до 3D-графики. Визуализация помогает представить будущий интерьер, упаковку, иконки для сайта. Иногда дизайнер и визуализатор — два разных человека. При этом дизайнер разрабатывает идею, а визуализатор отрисовывает детали проекта, фактуры, выполняет чертежи. Важными качествами дизайнера-визуализатора являются: креативность, чувство стиля, художественный вкус, превосходное объемно-пространственное мышление, владение рисунком, компьютерными программами 3D Studio Max, V-ray, AutoCad, AchiCad, Maya, Adobe Photoshop, CorelDraw.

Отдельная сфера графического дизайна — создание мультфильмов или компьютерных игр. Например, для живых существ (людей, животных, птиц, рыб) каждая деталь объекта (глаза, волосы, шерсть, ногти, зубы) будет иметь свой набор приемов их воплощения.

Графические дизайнеры создают способы и средства коммуникации с помощью графических (визуальных) элементов и композиционных средств: форм и размеров пятен, линий, цветов и оттенков, изображений различного стиля, фотографий, текста и шрифтов, макетов страниц, пиктограмм, знаков.

Композиция в графическом дизайне рассматривается, с одной стороны, как средство управления процессом восприятия, с другой стороны, как определенная организация знаковых систем, способствующая наиболее адекватной передаче сообщения с помощью выразительных средств (элементов композиции).

Деятельность дизайнера-графика включает сбор и анализ информации, определение проблемы и постановку цели, проектирование как создание общей дизайн-концепции. После этого осуществляется разработка графического решения и гармоничной композиции. Поэтому в компетенцию специалиста входят знание и анализ рынка, потребителей, психологических возможностей восприятия и, безусловно, умение выбрать наиболее подходящее средство выразительности. Возникают проблемы понимания и усвоения новой информации, визуализации понятий, представлений, процессов, не существующих в зримой форме, которые активно решает развивающаяся *информационная графика*.

Дизайнеров объединяет сегодня ориентация на визуализацию нашего окружения, познание его через зрительное восприятие. Как профессиональный идеал ими рассматривается *целостное оформление среды через качественную форму*, способную активизировать эмоциональное освоение. С другой стороны, эта деятельность понимается как воспроизведение смыслов различного рода сообщений, событий, понятий, директив, ценностей в визуальной форме.

Эта функция реализации абстрактного мышления в наглядном виде особенно актуальна там, где научные знания необходимо сделать доступными широкой публике, а также в сфере делового мира.

В последнее время наблюдается процесс трансформации графического дизайна в *дизайн визуальных коммуникаций*. Вызван он в первую очередь появлением в общественной практике необычного для традиционного дизайна класса задач, необходимостью проектирования сложных объектов систем нового типа.

Визуальный текст составляет сердцевину таких систем, и его создание требует развития особой дизайнерской специальности. Осознанная установка на проектирование текста-сообщения и среды как визуального текста в качестве самостоятельного результата работы и есть визуальный дизайн, в том числе — графический. Причем визуальным текстом может быть не только надпись, символ, изображение, но и объект проектирования в целом (автомобиль, здание, интерьер, улица) при условии ориентации потребителя на его визуально-текстовое восприятие.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

1. Назовите основные признаки объектов дизайна.
2. Дайте определение графическому дизайну.
3. Какие области визуальной коммуникации охватывает графический дизайн?
4. Перечислите базовые принципы графического дизайна, которые составляют основу любого проекта.
5. Какова сфера деятельности графического дизайнера?

ТИПОГРАФИКА

2.1. ТИПОГРАФИКА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Типографика — искусство оформления печатного текста. Вместе с тем типографика обеспечивает еще и верстку текста, т. е. заботится о его красивом композиционном расположении в печатных материалах. Типографика — настоящее искусство, *визуальный коммуникатор*, с помощью которого мы имеем возможность наглядно воспринимать информацию: сообщения, события, идеи. Правильно подобранный шрифт помогает преобразовать самый скучный текст и сделать его интересным, лучше передать определенный смысл, характер и динамику. Хорошая типографика позволяет определить эмоциональный посыл содержания. Использование типографики в дизайне помогает передать идею сообщения графически, в основном с помощью шрифтов.

Дизайнеру полезно помнить о том, что для создания эмоционально привлекательной типографики необходим тщательный анализ целевой аудитории. Необходимо определить тему проекта (строгая, деловая, минималистичная, аристократичная, фантазийная, женская/мужская) и после этого подбирать соответствующий шрифт и приемы.

Для успешной визуальной коммуникации нужны акценты и визуальная иерархия. Более важные слова можно выделить размером и цветом. Необходимо продумать, каким шрифтом будут написаны заголовки, подзаголовки и основной текст. Как правило, заголовки бывают написаны крупным жирным шрифтом, очень часто декоративным (акцидентным). Подзаголовки обычно мельче и тоньше заголовков. Для основного текста выбирают кегль еще меньше и самым маленьким кеглем печатают примечания, сноски и т. д. Придерживайтесь типографской иерархии, четко установив, какому шрифту отводится та или иная роль.

Для одного проекта не рекомендуется использовать много различных шрифтовых гарнитур. Достаточно бывает применить одну—две. Это очень сложная задача — скомпоновать три и более шрифтовых гарнитур. Следует подбирать шрифты, которые будут гармонично дополнять друг друга, а не конфликтовать друг с другом. Хорошо сочетаются между собой классические шрифты. Эффективный типографский прием — использование для заголовков рубленых шрифтов, а для самого текста — шрифтов с засечками.

Цвет шрифта рекомендуется выбирать контрастным к фону, чтобы текст хорошо читался. Например, эффектно смотрится черный шрифт на желтом и белом фоне. Если вы используете цвет, отличный от разных оттенков серого, снижайте насыщенность. Не следует использовать похожие цвета и оттенки для текста и его фона. Яркий шрифт может вызвать трудности при чтении. В тоже время не рекомендуется использовать для передачи информации цветовую пару «зеленый и красный», так как их плохо различают дальтоники.

Хороша типографика, которая направлена на создание эстетической и легкочитаемой формы текста. Дизайнер может для этого использовать разнообразные приемы: игру с буквами разного размера, фокусы с отражением и сдвиганием, иллюзии с тенью, наборные элементы, различные сочетания шрифта с изображением и др.

Существуют общие правила применения типографики для различных объектов графического дизайна (газет, журналов, сайтов, рекламно-полиграфической продукции), хотя у каждого из них есть свои особенности верстки.

Важным средством выразительности в типографике является умение работать с «пустотой» как с чистым листом бумаги, который в графическом дизайне называется «воздухом». Для достижения баланса между текстом и «воздухом» межстрочное расстояние необходимо сделать примерно в полтора раза больше высоты строчных букв.

Сложно воспринимать текст без отступов и отбивок. Рекомендуется на протяжении всего текста использовать только один способ: или красную строку, или отбивку. Кроме отступа красная строка также может выделяться выступающей за пределы абзаца строкой. Если отбивать абзацы пустой строкой, то при этом не следует использовать абзацные отступы и выступления. Это будет избыточно.

По возможности следует избегать большого количества переносов. Можно перенести слово на новую строку или уменьшить межбуквенное расстояние. Если знаков переноса слишком много,

поможет уменьшение размера шрифта или величины пробелов. При выключке влево перенос слов использовать не рекомендуется.

Следует учитывать специфические особенности текста, его смысл, длину слов и строк. Не рекомендуется оставлять одно слово на целой строке в конце абзаца или делать очень короткие строки в конце текста или страницы. Такой прием условно называют «вдовами». Также следует избегать «сирот» — висячих строк, которые попадают на начало новой страницы или колонки. Лучше немного уменьшить межбуквенное расстояние или перенести всю строку, чтобы избежать появления «вдов» и «сирот». Важную мысль или слово обычно выделяют жирным или полужирным шрифтом, подчеркиванием, шрифтом большего размера, курсивным начертанием или контрастным цветом. Это привлекает внимание.

Как правило, на рабочем компьютере дизайнера установлено множество шрифтов различных гарнитур. Самые популярные из них: Times New Roman, Arial, Calibri, Book Antiqua и др. Каждая шрифтовая гарнитура представлена в нормальном, широком и узком вариантах. Кроме этого, компьютер позволяет быстро изменять шрифт — из прямого на наклонный (курсив), из нормального на жирный. Из огромной коллекции имеющихся в настоящее время шрифтов выбрать необходимую в данный момент гарнитуру бывает достаточно сложно. Облегчить эту работу помогают менеджеры шрифтов, в задачу которых входит организация и управление шрифтами на компьютере.

Цифровой дизайн благодаря использованию компьютерных технологий позволяет добиваться поразительных эффектов. Например, границы между наборным шрифтом и леттерингом могут быть нивелированы. Знаки любого шрифтового файла могут быть легко отредактированы в программах векторной графики для соответствия художественным задачам проекта. Кроме того, возможности популярного формата шрифтовых файлов *OpenType*, позволяют привнести в печатный текст особенности рукописного. Так, для придания живости набору можно автоматически соединить соседние буквы в лигатуры или использовать в тексте различные варианты написания одной и той же буквы.

Создавать компьютерный дизайн графических объектов с элементами типографики помогает *платформа шаблона*. Главное то, что графический объект можно целиком и полностью отредактировать, подстроить под проект, сделать так, чтобы текст хорошо читался, был красивым. Даже с помощью стандартных шрифтов можно добиться выразительных решений.

2.2. КОМПОЗИЦИОННЫЕ ОСНОВЫ И СТИЛИ В ТИПОГРАФИКЕ

Развитие графического дизайна неразрывно связано с эволюцией шрифтовой формы и принципов типографики. В настоящее время для макетов печатных изданий обычно используют модульную сетку, однако приветствуется и свободная композиция без всяких правил.

Основные стили в типографике нашего времени: *швейцарский (интернациональный) стиль, новая волна, цифровой дизайн, деконструктивизм.*

В начале 1960-х гг. в области визуальных коммуникаций отдавали приоритет структурированному подходу — дизайну на основе модульных сеток, а также минималистичным графическим и типографическим композициям с большим количеством свободного пространства. Ориентирами в области шрифтового дизайна стали уравновешенные по рисунку и удобные для чтения швейцарские неогротески, такие как Univers (1957) Адриана Фрутигера и Helvetica (Гельветика) (1957) Макса Мидингера и Эдуарда Хоффмана.

Идеи *интернационального стиля* швейцарской школы типографики: построение макетов на основе модульной сетки и точного математического расчета композиционных пропорций; конструктивный минимализм графических схем и преобладание фотографических иллюстраций; сдержанная работа со шрифтом и предпочтение, отдаваемое лаконичным и нейтральным по рисунку гротескам.

Макс Билл сформулировал три основных принципа швейцарской типографики, рожденных в борьбе с «неясной приблизительностью в дизайне»:

- 1) разработка модульной сетки для любого графического проекта;
- 2) использование гротеска в качестве рабочего шрифта;
- 3) композиционная асимметрия.

Это была основа для будущего международного стиля в типографике: «Естественность и чистота художественного языка, образная сила, функционализм, структурная изощренность композиции, технологичность и рационализм стали опознавательными знаками швейцарской школы в искусстве типографики»¹.

Основными гарнитурами, использовавшимися дизайнерами международного стиля типографики, были Univers А. Фрутигера

¹ Лаптев В. Типографика: порядок и хаос. — М. : Аватар, 2008. — С. 16.

(1957), Helvetica (1957) М. Мидингера и Э. Хоффманна, а также другие новые гротески.

Независимому швейцарскому дизайнеру и типографу Вольфгангу Вайнгарту приписывают авторство стиля, который позднее называли *швейцарским панком* и *типографической анархией*. Этот постмодернистский дизайнер радикально изменил все представления о классической швейцарской типографике — четкой, выверенной и предсказуемой, превратив ее в новый типографический жанр¹.

Стремление Вайнгарта восстановить в правах экспрессию и динамику породило типографику нового типа, которая стала целым направлением современного графического дизайна. Отступив от общепринятых догматов и стереотипов графического языка традиционной швейцарской типографики, В. Вайнгарт стал родоначальником нового направления международного стиля, доминантами которого стали творческий поиск и свободная импровизация, эмоциональность и эксцентричность подачи материала. В типографике В. Вайнгарта приоритет отдавался способности свободного концептуального мышления, темпераментному самовыражению. Деформация сетки и ее полностью трансформированные элементы, блочные заливки и трудно подающееся какой-либо закономерности расположение текста — эти принципы стали реакцией В. Вайнгарта на самодовлеющую нормативность швейцарского стиля конца 1960 — 1970-х гг. Дизайнер отошел от стремления к редукции и предложил абсолютно новую, свободную типографику, которая стала предвестницей «новой волны» и «типографического панка».

Что касается непосредственно стиля Вайнгарта, то главной его особенностью является то, что типограф полностью разрушил рамки традиций, принятых в швейцарском графическом дизайне. В частности, он редко придерживался модульной сетки — одного из наиболее популярных на данный момент и основанного на законах пропорции метода конструирования графической продукции. В своих работах В. Вайнгарт часто прибегает к асимметричным и диспропорциональным решениям, что и делает их столь узнаваемыми и необычными. Еще одна характерная черта многих работ В. Вайнгарта — постоянная игра кеглем шрифта в одной композиции или даже в слове. Этот прием словно оживляет шрифтовую графику, придавая ей динамизм и оригинальность.

В 1970-х гг. В. Вайнгарт стал экспериментировать со своим стилем. Он начал создавать подобие фотомеханических монтажей,

¹ См. Ващук О. А. Швейцарская школа графического дизайна как явление проектной культуры XX в. : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. искусствоведения / О. А. Ващук. — СПб., 2009. — С. 14.