

Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение муниципального
образования г. Краснодар средняя общеобразовательная школа № 76 имени 4-го
гвардейского Кубанского казачьего кавалерийского корпуса

СОВРЕМЕННЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

Палий Рада Сергеевна

Ученица 9 «В» класса

Куратор: Абдулина Ирина Юрьевна

КРАСНОДАР

2021

Содержание:

1. Введение.....	3
2. История.....	5
3. Основные понятия.....	6
4. Разделы графического дизайна.....	6
5. Логотипы и фирменный стиль ведущих мировых компаний.....	7
6. Правила создания логотипов.....	8
7. Шрифты.....	9
8. Программное обеспечение и инструменты дизайнера.....	10
9. Заключение.....	11
10. Список использованных источников.....	11

Введение

Куда бы вы ни пошли, где бы вы ни находились, вы постоянно сталкиваетесь с продуктами графического дизайна. Дома или на улице, в киоске или огромном торговом комплексе, в магазине продуктов или аптеке... Вероятно, каждый, прогуливаясь по бульвару, обращал внимание на интересную игру фигур, букв и линий, составляющих узнаваемый во всем мире логотип того или иного бренда. Время от времени взор человека сам невольно падает на привлекательную вывеску: большинство дизайнеров и художников стремятся именно к такому результату. Люди смотрят и не задумываются, а ведь такие логотипы нас повсюду и окружают.

К слову, чтобы не сформировать в ваших глазах искаженное мнение об этой области, следует отметить, что не на одних логотипах строится графический дизайн. Правильно оформленные брошюры, плакаты, постеры к премьерам на стене кинотеатра — все это есть его продукты. Согласитесь, что куда приятнее держать в руках и разглядывать буклет пропорциональный, яркий и симпатичный, нежели асимметричный, отторгающий и полностью одиозный, в котором информация доносится до потребителя крайне недоступно и не читабельно. Все подобные случаи и исключает графический дизайн, ведь у него (впрочем, как и у любой другой практикуемой области) имеются свои законы и правила, направленные на то, чтобы у людей не возникало желания поскорее порвать и кинуть в ближайшую урну буклет, полученный в метро пять секунд назад.

Основная задача дизайнера — зацепить человека, заинтересовать его. Этот вектор берет начало в психологии человека: он обратит свое внимание скорее на плакат красочный и резкий, чем на такой же, только бледный и расплывчатый. Чтобы не вдаваться в темный лес человеческого подсознания и сохранившихся с древних времен инстинктивных повадок, помогающих маркетологам в завлечении клиентов и превращении потенциальных покупателей в реальных,

мы рассмотрим только шесть принципов наиболее распространенного и универсального социального влияния, предложенного дизайнером Элизой дель Гальдо в своей статье «Persuasion in Design» («Убеждение в дизайне»):

1. Ответное действие — мы вынуждены вернуть больше, чем получили.
2. Авторитет — мы больше доверяем тем, кто имеет власть, богатство и влияние, однако при этом забываем, что на самом деле статус “эксперта” или “профессионала” зачастую никем не подтверждается, и все это — просто пустой звук.
3. Обязательства — мы действуем в соответствии с нашими ценностями.
4. Дефицит — чем больше нам твердят об ограниченности партии или тиража, тем больше мы хотим приобрести сей “коллекционный” продукт, хотя на самом деле, ничего редкого-то в нем и нет.
5. Симпатия — чем больше симпатичен(на) внешне нам человек, тем больше мы ему верим (или хотим верить).
6. Социальное доказательство — мы верим в то, что другие направляют наше поведение.

Правильное использование вышеперечисленных особенностей человеческой психологии с удовольствием используют умные люди для того, чтобы сподвигнуть народ на выполнение желаемых действий или, если клиент уже убежден, ускорить процесс приобретения того или иного товара.

В своем проекте я, однако, не буду более углубляться в такую науку, как психология, а расскажу лучше о разделах графического дизайна; его продуктах; правилах и аспектах, которые должны соблюдаться в работах дизайнера; а также покажу несколько примеров хороших логотипов известных на весь мир компаний.

Актуальность графического дизайна с каждым только растёт, потому я считаю, что просвещение в этой теме крайне необходимо в наше время. Это и есть моя основная **цель** — рассказать о работе дизайнеров изнутри.

История

Графический дизайн некоторые называют ровесником печатной машинки, ведь именно в те времена появилась потребность создавать привлекательные (насколько то было возможно) обложки для книг и журналов. С этим можно не согласиться по той причине, что в XV веке книги были недоступны для простых смертных, и позволить себе их мог далеко не каждый. Потребность привлекать внимание общественных масс появилась тогда, когда начал издаваться первый в мире публичный журнал (а это уже IX век). Правда, графический дизайн тогда назывался просто графикой, рисованием или декоративно-прикладным искусством в зависимости от предмета, над которым работал мастер.

В XX веке, когда область графического дизайна стала набирать обороты, в мире стали появляться учебные заведения и различные направления, с нею связанные. Русский конструктивизм (1920-е годы), американская рекламная графика (1930-1950-е годы), швейцарская школа графики (1950-1970-е годы), польская школа плаката (1950-1970-е годы), кубинская школа плаката (1960-1980-е годы), японская школа плаката (1960-1980-е годы) могут послужить тому примером. К ведущим национальным школам графического дизайна относятся также английская, голландская, французская, немецкая, финская.

В современном мире графический дизайн, впрочем, как и его собрат веб-дизайн, получил очень широкое распространение. Его продукты находятся буквально на каждом шагу. Вывески, баннеры, постеры, логотипы, буклеты, газеты и журналы, дорожные знаки и указатели, различная сувенирная продукция, упаковки под еду, фантики, обертки — все это продукты графического дизайна. А сама профессия графического дизайнера по мнению Мин труда РФ входит в 50 самых востребованных современных специальностей.

Основные понятия

Графический дизайн — это художественно-проектная деятельность, направленная на создание визуальной графической программы или системы (Википедия).

Веб-дизайн — дизайн сайтов и их отдельных элементов, создание графических рекламных материалов в Интернете, а также проектирование его структуры, навигации и программ, нужных для работы сайта, т. е. создание сайта целиком (Энциклопедический словарь).

Логотип — специально разработанное, оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы или группы товаров данной фирмы (Словарь иностранных слов русского языка).

Типографика — это искусство оформления при помощи наборного текста, базирующихся на определенных, присущих конкретному языку правилах, посредством набора и верстки (Википедия).

Графический редактор — программа (или пакет программ), позволяющая создавать, просматривать, обрабатывать и редактировать цифровые изображения (рисунки, картинки, фотографии) на компьютере (Википедия).

Разделы графического дизайна:

1. Типографика, каллиграфия, шрифты, книжное оформление;
2. Уникальный фирменный стиль и логотипы (брендинг);
3. Плакаты и реклама;
4. Оформление упаковок под продукты;
5. Уникальный стиль для телепередач (оформление заднего фона, стен, вывески и т. д.)
6. Пиктограммы и навигационные знаки (такие пиктограммы могут просто и доходчиво передать сообщения, на чтение которых в текстовом виде уходит гораздо больше времени).

Логотипы и фирменный стиль ведущих мировых компаний

В своем проекте, из шести разделов, которые были продиктованы выше, я решил выбрать именно логотипы. Чем же интересны логотипы? Давайте постараемся ответить на этот вопрос и разобраться во всех особенностях создания фирменного стиля, а также рассмотрим различные сложности, кроющиеся в этом процессе. Некоторые скажут: «Простенькая задачка — создать логотип!». Но простота на словах заканчивается на том моменте, когда такие “эксперты” открывают графический редактор.

Основу логотипа, как правило, составляют простые формы — треугольник, квадрат и круг. Экспериментируя с ними, можно добиться потрясающего результата. Например, логотипы известных автомобильных марок зачастую используют круги и эллипсы в качестве формы или рамки своего фирменного знака, а основанные на обыкновенных треугольниках значки Митсубиши Моторс, Рено и Ситроена украшают миллионы моделей в десятках странах мира. Четверка колец Ауди или трехлучевая звезда Мерседес Бенс лишь подтверждают мои слова, а это уже более элитный класс авто.

Существуют такие логотипы, которые состоят из одного лишь названия компании. Такие известные фирмы, как Нокia, Джип и Сонит— отличный пример использования подобных лого. Такие логотипы очень минималистичны и просты, но не стоит забывать, что по этой самой причине они и встречаются очень часто. Поэтому, выбирая фирменный знак для своей компании, не стоит останавливаться на таком варианте, если, конечно, вы недостаточно известны на рынке. Немного дольше посидев за своим проектом, экспериментируя с различными результатами, а также подумав головой, можно прийти к блестящему и полностью оригинальному логотипу, который будет завлекать именно к вам в организацию как можно больше клиентов. В качестве редкого и очень удачного исключения можно привести в пример логотип компании “Coca Cola”, для которой был разработан полностью оригинальный, не похожий на другие, эксклюзивный шрифт. Такие решения приветствуются, но надо

понимать, что создание своего неповторимого шрифта — очень кропотливая и долгая работа, на которую у вас может уйти не одна неделя.

Помимо всего вышеперечисленного, существуют также сложные логотипы. Они представляют собой нечто большее, чем просто игру форм или надпись. Такие логотипы требуют гораздо большей усидчивости и терпения, но и уровень у них другой. Подобные знаки оригинальнее, привлекательнее и, что главное, притягательнее. Сложными логотипами можно назвать логотипы компании Лакосте, БП и операционной системы Андроид.

Правила создания логотипов

Логотип не должен:

- Содержать в себе более двух (максимум трех) цветов;
- Ассоциироваться у покупателя с другой компанией;
- Отображать совершенно не связанные с вашей деятельностью предметы;
- Быть слишком загруженным;
- Быть слишком пустым;
- Терять своего качества при уменьшении или увеличении.

Логотип должен:

- Пересекаться с выгодой клиента;
- Вызывать положительные эмоции;
- Наглядно отображать сферу деятельности вашей компании;
- Ассоциироваться у клиентов с деятельностью вашей компании;
- Быть простым и минималистичным.

Шрифты

Хоть шрифты являются отдельным разделом в графическом дизайне, они оказывают ключевое влияние на все остальные отрасли этой деятельности. Умение грамотно использовать шрифты хорошо послужит вам, ведь начертание, которым написано название вашей компании — это одна из вещей, на которую первым делом обращает свое внимание клиент. Хорошо-вписывающийся, правильно подобранный шрифт не только дополняет вашу композицию, но еще и категорически улучшает ее, совершенствует, помогает точнее отобразить область вашей деятельности и доносит ее смысл людям, увидевшим логотип.

Подбирая шрифт для вашей работы, нужно учитывать род деятельности компании, для которой вы делаете логотип. Не стоит в бизнес-сообществе использовать эмоциональный, резкий, декоративный шрифт, а в магазине игрушек — строгий рубленый. Впрочем, чтобы яснее понимать всю сложившуюся картину, давайте разберемся в типах шрифтов.

Все существующие в мире шрифты можно подразделить на 5 типов:

1. Рубленые шрифты. Наиболее популярные представители этой категории — шрифты семейства Arial, Helvetica, Franklin Gothic, Myriad Pro, IMPACT. Данные шрифты не имеют засечек и, как правило, носят строгий характер. Они прекрасно подойдут для книжно-журнальной верстки, для создания логотипов, для верстки сайтов, для наружной рекламы, и, пожалуй, их можно охарактеризовать, как самые универсальные.
2. Шрифты с засечками. Шрифты с засечками читаются лучше, чем рубленые. Следовательно они еще больше подойдут для верстки книг и журналов, однако есть у них очень большой недостаток: засечки — это очень маленькие элементы. Если при печати шрифт сам по себе будет мелким, то есть риск, что засечки и вовсе не воспроизведутся. Самыми популярными представителями этой категории являются шрифты Times New Roman, Book Antiqua, Bookman Old Style, Trajan Pro, Minion Pro.
3. Рукописные шрифты. Они имитируют человеческий почерк. Данные

шрифты отлично подойдут для книжной верстки в качестве заглавий и титулов. В некоторых случаях их можно использовать и для логотипов, а также для поздравительных открыток. Среди представителей можно выделить Adana Script, Cassandra, Arabella.

4. Машинописные. Такие шрифты имитируют начертание букв старых печатных машинок. Сложно сказать, где сейчас можно применить такие шрифты, однако в газетной верстке они все еще используются. Правильнее всего сказать, что применение подобных шрифтов зависит от конкретной ситуации. Бывают моменты, когда нельзя представить в данном месте какой-либо другой шрифт. Вот должен тут быть машинописный и все.

5. Декоративные. К ним можно отнести все остальные, которые не причислить ни к одной из вышеуказанных категорий. Декоративные шрифты подойдут для наружной рекламы, для плакатов и открыток, для детских книг и календарей... Декоративные шрифты отличаются своим особым уникальным начертанием. Они создают настроение и привлекают внимание. Сложно выделить какие-либо конкретные шрифты, т. к. эта ниша невероятно огромна, и тут можно найти безумное количество интересных и полезных начертаний.

Программное обеспечение и инструменты дизайнера

Ни для кого не секрет, что для производства практически любой более-менее достойной вещи, человеку требуются орудия труда. Равно как фотографу нужен фотоаппарат, а столяру — лобзик, графическому дизайнеру просто необходим графический редактор. Графический редактор — это программа (или пакет программ), позволяющая создавать, просматривать, обрабатывать и редактировать цифровые изображения (рисунки, картинки, фотографии) на компьютере. Графические редакторы подразделяются на растровые и векторные. Растры — это микроскопические квадратные точки (пиксели), из миллионов которых складывается общая картинка. Векторная графика

заключается же в представлении объектов и изображений в виде элементарных геометрических объектов (*примитивов*): точек, линий, кругов и многоугольников, сплайнов и кривых Безье... Последние используются в графике для моделирования гладких кривых линий.

Самыми известными векторными графическими редакторами являются Vectr, Adobe Illustrator от знаменитой компании Adobe Systems, Inkscape, CorelDRAW.

Самыми известными растровыми графическими редакторами являются, конечно же, популярнейший Adobe Photoshop, GIMP, Paint.NET.

Заключение.

Графический дизайн – крайне сложная, и от того не менее интересная работа и сфера деятельности. Не так-то просто создать привлекающий глаз логотип, не перегруженную цветами и шрифтами брошюру, и т.д.

Многие люди считают дизайн простой задачей, но стоит им попробовать сделать что-то стоящее...

Вот по этой причине важно освещать такие темы, ведь они напрямую касаются нашего современного мира, в котором на каждом шагу мы можем увидеть плоды графического дизайна.

Список использованных источников:

<https://videoinfographica.com/graphic-design/>

https://ru.wikipedia.org/wiki/Графический_дизайн

<https://www.renderforest.com/ru/blog/graphic-design-software>

<https://devsday.ru/blog/details/22750>

Руководство по дизайну «Что такое графический дизайн?» Квентин Ньюарк

https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/vidy-shriftov/