



ДИЗАЙН



10.11

Г. Е. Гуров



Г. Е. Гуров

Дизайн

10.11

классы



Учебник

*Допущено
Министерством просвещения
Российской Федерации*

4-е издание, стереотипное

Москва
«Просвещение»
2023



УДК 373.167.1:747.012+747.012(075.3)
ББК 85.12я721
Г95

На учебное издание получены **положительные заключения** по результатам **научной** (заключение РАО № 958 от 18.11.2016 г.), **педагогической** (заключение РАО № 723 от 21.11.2016 г.), **общественной** (заключение РКС № 455-ОЭ от 19.12.2016 г.) **экспертиз.**

Издание выходит в pdf-формате.

В учебнике представлены работы студентов Московского государственного университета печати имени Ивана Фёдорова, выполненные на кафедре «Художественно-техническое оформление печатной продукции»: творческая мастерская «Экспериментальная типографика», руководитель С. Р. Николаев (дипломный проект, с. 6; 147); творческая мастерская «Проектирование шрифта», руководитель А. В. Тарбеев (шрифтовые композиции, с. 7, 67, 103, 107, 110)

При подготовке издания использованы иллюстративные материалы
Фотобанка «Лори»

Автор выражает большую благодарность А. С. Питерских
за поддержку в работе

Гуров, Григорий Евгеньевич.

Г95 Дизайн : 10–11-е классы : учебник : издание в pdf-формате / Г. Е. Гуров. — 4-е изд., стер. — Москва : Просвещение, 2023. — 207, [1] с. : ил.

ISBN 978-5-09-116598-2 (электр. изд.). — Текст : электронный.

ISBN 978-5-09-103701-2 (печ. изд.).

Учебник создан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего (полного) общего образования. Учебник поможет реализовать идею включения в учебный процесс в 10–11 классах общеобразовательных организаций дополнительных учебных курсов по выбору обучающихся.

Учебник знакомит с основами образно-выразительного языка искусства дизайна, разными видами дизайна, особенностями профессии дизайнера.

Изучение композиции (на плоскости и в объёме), особенностей использования цвета, линии, пятна, объёма, фактуры, стилизации, а также разных видов дизайна (графического дизайна, дизайна интерьера, городской среды, ландшафта, зрелища) будет способствовать развитию у учащихся художественного мышления, вкуса, выработке собственного отношения к самым разным явлениям культуры.

По каждой теме предлагаются практические творческие задания (плоскостное и объёмное макетирование, создание коллажей, инсталляций и т. д.), а также дизайн-проекты, которые помогут глубоко постичь учебный материал, развить умения работать с самыми разными художественными материалами и в разных техниках (в том числе на компьютере).

УДК 373.167.1:747.012+747.012(075.3)
ББК 85.12я721

ISBN 978-5-09-116598-2 (электр. изд.)
ISBN 978-5-09-103701-2 (печ. изд.)

© АО «Издательство «Просвещение», 2019
© Художественное оформление.
АО «Издательство «Просвещение», 2019
Все права защищены

Дорогие учащиеся!

У вас в руках учебник по дизайну, который адресован прежде всего тем, кто хочет углубить свои знания об этом виде конструктивных искусств.

Основная цель учебника — показать дизайн как целостную сферу человеческой деятельности и как вид искусства, раскрыть некоторые особенности профессии дизайнера. Для настоящего художника дизайн — это состояние души. Души, которая хочет улучшить мир, создаваемый человеком!

Искусство дизайна специфично по своей природе, потому что объединяет образно-художественное и утилитарно-функциональное начало и создаёт вторую, «рукотворную» природу, состоящую из разнообразных вещей и предметов, интерьеров и машин.

Каждый человек вынужден решать в жизни некие дизайнерские задачи. Поэтому так важно обладать элементарной грамотой конструктивных искусств, необходимой даже при выборе одежды или создании интерьера своего дома.

На протяжении предыдущих школьных лет у вас уже были встречи с дизайном: вы сочиняли, рисовали, украшали узорами бытовые вещи, придумывали различные конструкции. Вы оформляли разного рода проекты, школьные праздники и выставки. Таким образом, небольшой дизайнерский опыт вы уже получили. Возможно вы уже хорошо освоили компьютерные программы. И самое главное — надеюсь, у вас возникло желание дальше постигать искусство дизайна...

При настоящей увлечённости работа — в материале или на экране компьютера — приобретает **творческий характер**. Тогда даже небольшие упражнения становятся настоящими искорками искусства, в которые каждый может вложить свой дар художника.

Как устроен учебник?

Первая часть учебника поможет освоить композиционный язык искусства дизайна через выполнение многочисленных творческих заданий — как обязательных, так и дополнительных («желательных») для исполнения. Опирайтесь на опыт ваших учителей, на успехи ваших товарищей и на те примеры работ, которые найдёте в учебнике.

Вторая часть учебника познакомит с прикладной проектной деятельностью в сфере графического дизайна, а также в разных направлениях средового дизайна. Проектные задания, очень разные по темам и по характеру, потребуют от вас, помимо творческой работы в материале, и некоторой исследовательской работы.

Надеемся, что учебник поможет почувствовать себя будущим дизайнером, а урок сделать интересным, а может быть, и любимым.

В общем, действуйте!

Содержание

Я б в дизайнеры пошёл... О профессии дизайнера	6
Из истории искусства дизайна	10
Часть 1. ОСНОВЫ ФОРМООБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ	24
Глава 1. Конструкция для замысла. Композиция на плоскости	26
Выразительность простого. Контраст и баланс масс	27
Типы композиций. Динамика и статика, ритм композиционных элементов	32
Треугольник. Круг. Пятна произвольной формы	40
Линия — элемент композиции	46
Глава 2. Цвет и шрифт в композиции	52
Цветовой акцент в композиции. Образ и цвет в дизайне	52
Шрифт и знак. Связь изображения и текста в композиции	60
Стилизация изображений. Пиктограммы	68
Глава 3. Пространственное формообразование в дизайне. Композиция в объёме	72
От плоскостного изображения к объёму и пространству. «Драматургия» геометрии	72
Поверхность и фактура. Усложнение плоскости. Прикладные свойства бумаги в композиции рельефа	78
Композиционная организация пространства. Ландшафт. Натурализм и метафора в макете	82
Глава 4. Взаимное сочетание объёмов в композиции	88
Поиск гармонии между функцией и красотой в дизайне	88
Учимся у природы. Бионика. Опыт формообразования и строительства в живой природе	96
Дизайн-проект «Рекламная или выставочная пространственная конструкция»	101

Часть 2. ГРАФИЧЕСКИЙ И СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН. ДИЗАЙНЕРСКИЕ РАЗРАБОТКИ	102
Глава 1. Графический дизайн: реклама, дизайн книги	104
Реклама. Плакат. Композиционное построение плаката	108
Дизайн книги. Элементы книги как объекта дизайна. Принципиальный макет книги	116
Графический дизайн на трёхмерных объектах. Упаковка товаров	126
Реклама в городе. Дизайн в наружной рекламе. Реклама на различных носителях	130
Сочетание текста и реального предмета в рекламе. Инсталляция. Витрина	136
Дизайн-проект «Макет витрины»	140
Глава 2. Фирменный стиль	144
Логотип. Шрифт, знак и цвет в создании фирменного стиля. Стилистическое единство элементов	144
Фирменный стиль в системе рекламы и маркетинга. Корпоративная одежда	148
Дизайн-проект «Разработка фирменного стиля»	153
Глава 3. Дизайн интерьера и городской среды	154
Пространственно-колористическое решение интерьера жилой комнаты. Зонирование помещения. Дизайн деталей интерьера	154
Внутренняя среда здания. Цвет и фактура в интерьере. Макет интерьера общественного помещения	164
Архитектурный дизайн и его значение в эстетизации городской среды	168
Садово-парковое проектирование. Ландшафтный дизайн	172
Дизайнерское решение экспозиционного пространства. Выставочные конструкции и экспонаты	178
Дизайн-проект «Макет экспозиции выставки (музея)»	183
Глава 4. Дизайн зрелища	184
Сценографический дизайн. Средовое оснащение пространства сцены	185
Театральный костюм. Виды костюма. История и мода	194
Дизайн-проект «Праздник в городе»	203
<i>Словарь терминов</i>	206

Я б в дизайнеры пошёл...

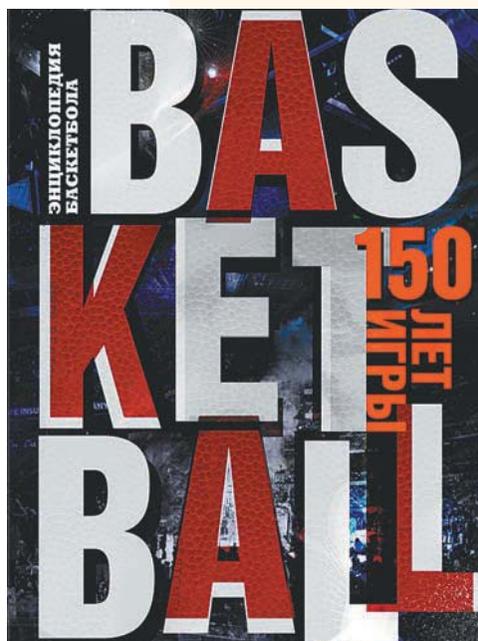
О профессии дизайнера

Дизайн — детище двух последних веков, но уже достаточно взрослое и вполне сформировавшееся. В переводе с английского «дизайн» (design) — проект, эскиз, рисунок. Само это слово очень популярно, однако дать ему точную и краткую формулировку довольно сложно. Сказать, что это просто «художественное оформление тиражной, промышленной продукции» уже недостаточно.

Дизайн (англ. design, букв. — чертёж, проект, замысел) — это искусство создания облика отдельной вещи, проектирование её формы, а также всей вещественно-пространственной среды в единстве функциональных и эстетических задач. Дизайн — это творческая деятельность, целью которой является придание определённых качеств промышленным изделиям. Эти качества включают в себя не только внешние черты изделия, но те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения изготовителя, так и с точки зрения потребителя.



▲
Дизайнер не только проектирует,
но и любит самостоятельно
реализовывать задуманное



▲
Эскиз обложки книги.
Работа студента

Дизайнер (англ. designer, от design) — художник-конструктор, специалист по художественному проектированию предметов, производимых промышленностью, а также интерьеров промышленных объектов, общественных зданий и жилья. Дизайнер занимается конструированием вещей, машин, интерьеров, которое основано на принципах сочетания удобства, экономичности и красоты. Задачей максимум для дизайнера является *преобразование нужного и полезного — в прекрасное*.

Дизайнером может стать только творческий, к тому же сильный и целеустремлённый человек. Очень важно иметь художественный вкус, визуальный опыт, эрудированность и, конечно, уметь оригинально, трезво и быстро мыслить. Этому можно научиться!

Дизайнер — творец окружающего мира. Он стремится охватить все сферы жизни современного человека, причём его интересует не только внешний вид предметов, но и их внутренняя суть, функциональная взаимосвязь элементов.

Есть такое понятие — **визуальное мышление**. Дизайнеру необходимо развивать такое мышление. Оно даёт возможность моментального охвата проблемы и проникновения в её глубину. Например, на начальном этапе формирования проектного замысла необходимо его графическое осмысление. Даже если вся работа над проектом будет делаться на компьютере, начинаться она должна с небольшого графического наброска.

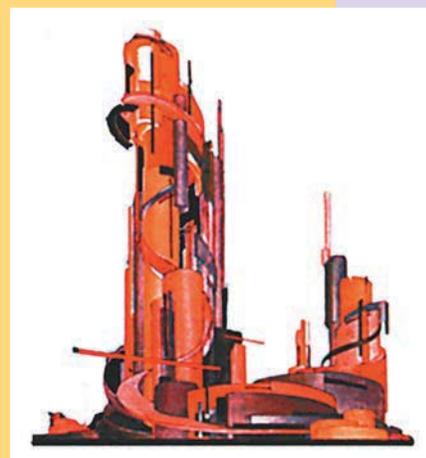
Работа дизайнера в любой области дизайна требует определённого объёма технологических знаний, учёта маркетингового спроса на продукт, сотрудничества с заказчиком и т. д. Особенности профессии осваиваются дизайнером, так сказать, в рабочем порядке в процессе его деятельности в той или иной сфере дизайна.

Однако вне зависимости от специализации дизайнер должен:

■ выработать *эстетический вкус* и *художественную интуицию*, выражающиеся в способности находить динамический баланс плоскостей, объёмов, пространства и цвета в композиции;



Разработка шрифта. ▲
Работа студента

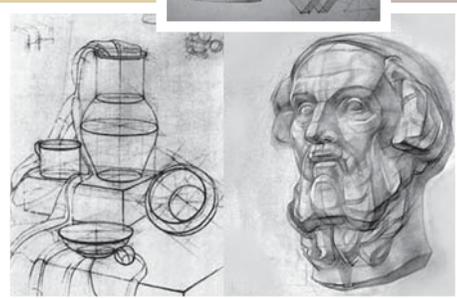
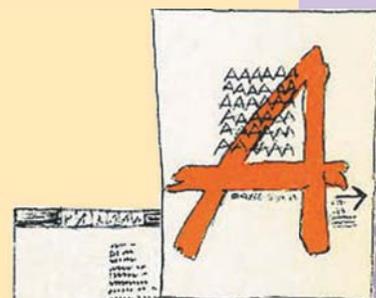


Я. Г. Черников. ▲
Проектный рисунок

■ *Владеть художественной грамотой* (уметь грамотно создавать плоскостные композиции, уметь графически передавать объём, пропорции объекта и пространственную среду, уметь работать с цветом);

■ чтобы стать дизайнером хорошего уровня, недостаточно отслеживать лишь современные тенденции моды в одежде, вещах, интерьере и т. д., но ещё нужно иметь *визуальный опыт*, ориентироваться в истории изобразительных и конструктивных искусств, в художественных направлениях и архитектурных стилях;

■ дизайнер должен владеть *компьютерными программами* (придуманными, в свою очередь, другими дизайнерами, поэтому нужно уметь противостоять напору «клиповых» стандартов и стилистики, заключённой в некоторых программах).



Вообще профессия дизайнера увлекательна и гуманистична по сути. Задача дизайнера — выстраивать рукотворный мир, которым окружает себя человек, по законам красоты, удобства, функциональности и гармонии с природной средой.

Задача же этого учебника — раскрыть особенности образного языка искусства дизайна, помочь сделать первые шаги на пути к профессии дизайнера. Для начала займёмся композиционными упражнениями на плоскости, затем будем решать творческие задачи в объёме и в пространстве.

Для серьёзного занятия искусством, и в частности дизайном, конечно же требуется определённое время, постановка руки, оттачивание глазомера, появление живой линии с разным по степени нажимом на карандаш, приобретение колористических навыков...



Не обойтись сегодня и без компьютера. Это не означает, что вы должны отставить в сторону свои попытки рисования рукой и посвятить всё время освоению компьютерных технологий. Рисование с натуры выработает умение соотносить пропорции изображаемого, даст вам графические навыки, разовьёт пространственное воображение. Поэтому посвятите определённое время зарисовкам отдельных предметов, натюрмортов, пейзажа, наброскам людей на улице. И в дальнейшем ваше компьютерное рисование станет более человечным, тёплым, менее механистичным.

Поначалу сосредоточимся не на полезности и функциональности, а на выразительности, образности и композиционном сочинительстве при работе над теми объектами, сооружениями и проектами, которые предлагаются к выполнению.

О функциональности, конечно, забывать не следует, но не смущайтесь, если ваши проекты будут выглядеть порой фантастическими, ведь иногда интуиция художника опережает научное открытие. Изобрели же художники всевозможных биороботов, сочетающих ум и ловкость человека с мощью льва, коня и т. д. Кто знает, может эти проекты будут ещё воплощены в процессе новейших научных разработок?



▲
Дизайнер одежды —
целая палитра забот
и... творчества



▲
Авторское стекло



▲
Интерьер —
живопись
предметами

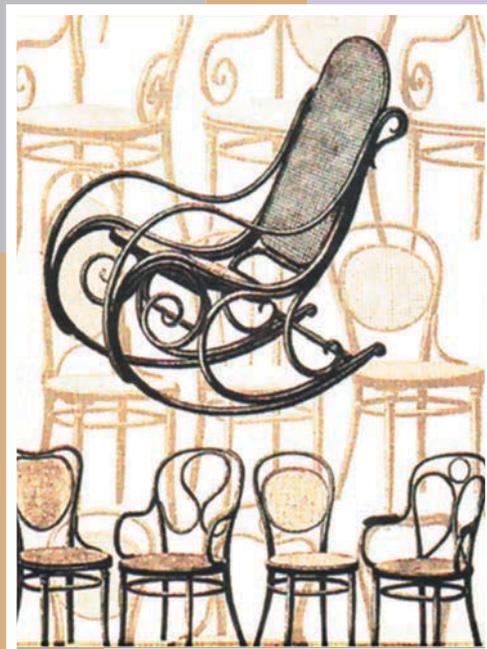
Из истории искусства дизайна

Принято считать, что история дизайна как самостоятельного вида искусства начинается с 1907 г., со дня образования в Германии сообщества художников, инженеров, предпринимателей «Дойче Веркбунд», провозгласивших, что массовая, стандартная промышленная продукция должна стать эталоном качества производимых товаров.

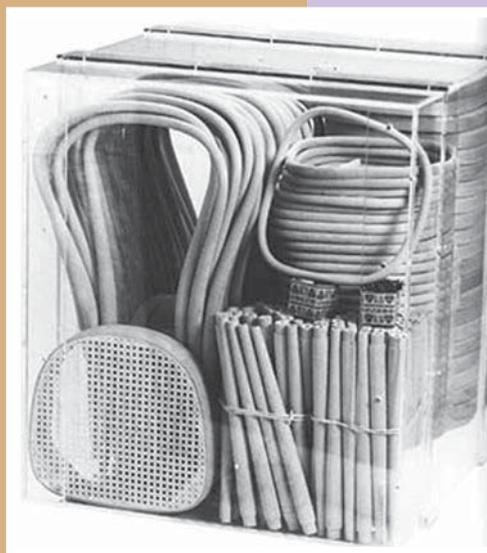
Однако мощные проявления дизайнерской деятельности наблюдались и в XIX в. Классический пример тому — производство гнутой деревянной мебели, созданной в середине века в Австрии братьями Тонет. Новая промышленная технология и позволяла использовать единые во всём разнообразном ассортименте детали (модули), из которых собирались стулья, диваны, кресла и столы для дома и офиса. Эту мебель продолжают производить и в наши дни. Это, знакомые многим венские стулья...



▲
Первые серийные автомобили появились в 1885 г.



▲
Разнообразие венских стульев братьев Тонет



▲
Демонстрационный куб-упаковка для отправки. Помещалось 36 стульев

Одним из отцов-основателей дизайна вполне можно считать Уильяма **Морриса** (1834—1896) — английского художника, дизайнера по ткани и мебели, разработчика шрифтов, художника книги, писателя, общественного деятеля. Он был одним из организаторов художественно-промышленной компании, занимавшейся штучной декоративной росписью, изготовлением мебели, тканей, обоев, витражей, вышивок и т. д. Он основал «Движение искусств и ремёсел», определившее художественный стиль во второй половине XIX в.

Следует упомянуть также основателя бельгийской ветви стиля модерн (ар нуво) архитектора Анри **ван де Вельде** (1863—1957), занимавшегося также прикладным искусством и дизайном интерьеров. В этом же ряду Чарльз-Ренни **Макинтош** (1868—1928) — шотландский архитектор и художник, чьи интерьеры считают одной из вершин искусства модерна, можно сказать, что со строгими чертами конструктивизма.



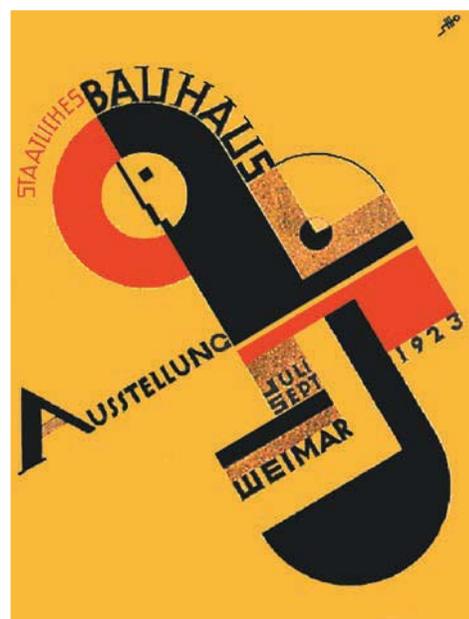
Кресло стиля модерн



Уильяма Морриса называют отцом английского дизайна



Стулья и интерьер от Ч.-Р. Макинтоша



ДИЗАЙНЕР — не только художник и не просто ремесленник. В его работе сочетаются эти два вида деятельности. Поэтому по-настоящему дизайн родился, когда образовалась школа дизайна. Первой дизайнерской школой был созданный в 1919 г. в городе Веймаре (Германия) Баухаус (в переводе — «Строительный дом») — учебное заведение, готовящее художников для работы в промышленности. Прежние школы существовали в рамках определённого ремесленного производства. В Баухаусе полагали, что овладение одним лишь мастерством недостаточно для того, чтобы поставить пластические искусства на службу промышленности. Поэтому, кроме обычных зарисовок с натуры, технического рисования, на всех курсах шла экспериментальная работа, во время которой изучались закономерности ритма, баланс и соразмерность масс, осваивались нюансы восприятия, формообразование и цветоведение.

Время образования этой школы отмечено социальными бурями и эстетическими революциями. Дизайн и в особенности архитектура понимались как средства проектирования нового образа жизни людей. Конечно, проекты Баухауса отразили стилистику живописи, графики и скульптуры 1920-х гг., увлечение кубизмом, сдвигами форм, разложением предмета на составляющую его «геометрию». Проекты и образцы, выполненные школой, отличаются энергичным ритмом линий и пятен. Все конструктивные особенности предметов или сооружений предельно обнажены и подчёркнуты. Школа призвана была выпускать людей всесторонних, развивающих в себе художественные, духовные и творческие возможности.

Баухаус возглавил его учредитель, немецкий архитектор Вальтер **Гропиус**. Вскоре Баухаус стал настоящим методическим центром в области искусства дизайна.



▲
М. Брандт.
Металлический
чайник

Красно-синий стул
▲
Г. Ритвельда
выставлялся
в Баухаусе



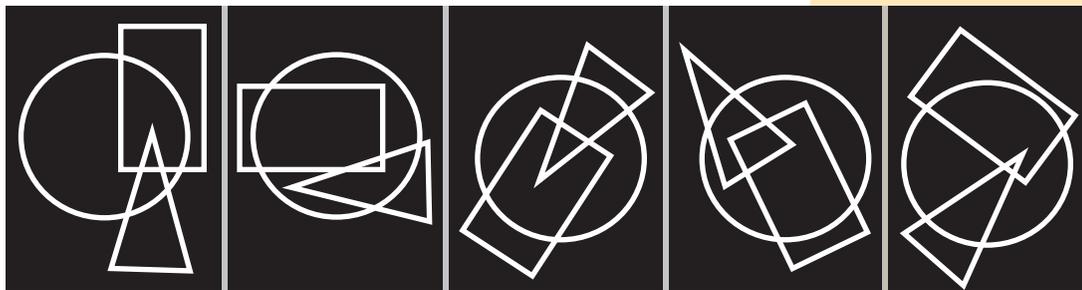
Специализация (работа в области керамики, мебели, текстиля и т. п.) начиналась с первого курса. Обучение было разделено на техническую и художественную подготовку. Ремесленные занятия в мастерской института были обязательными для будущего дизайнера, потому что только создавая своими руками модель, студент мог ощутить всю целостность процесса, который на производстве может быть разобщён, разбит на отдельные операции.

В нашей стране вопрос о внедрении художественного творчества в производство был поставлен уже в 1918 г. В составе научно-технического отдела Высшего совета народного хозяйства (ВСНХ) была создана художественно-производственная комиссия. В 1920 г. были созданы Высшие художественно-технические мастерские — ВХУТЕМАС.



▲
Работы созданные
в мастерских Баухауса





▲
Поиски композиции из различных геометрических фигур

Впоследствии мастерские были преобразованы в институт ВХУТЕИН (Высший художественно-технический институт), который просуществовал до 1930 г. Первые два года обучения, во время которых студенты получали общехудожественное образование, назывались основным отделением. Этот цикл так же, как и вводный курс Баухауса, как бы предвосхитил программы обучения современных дизайнерских школ. Подготовка художника-производственника рассматривалась как комплексная задача воспитания всесторонне развитого работника нового общества.

Большая группа художников, архитекторов и искусствоведов (как преподавателей, так и студентов) поставила своей целью слияние искусства с новой жизнью. Цель развития искусства они видели во вхождении его в промышленное производство, в «делание вещей». Их талант, искренний энтузиазм и поиски нового достойны самого высокого уважения, поскольку деятельность их проходила в условиях полной хозяйственной разрухи. Во ВХУТЕМАСе работали такие выдающиеся художники и архитекторы как А. Е. Архипов, В. В. Кандинский, В. Е. Татлин, Эль Лисицкий, А. М. Родченко, братья Веснины, К. С. Мельников, Н. А. Ладовский и др.

ВХУТЕМАС состоял из восьми факультетов: живописного, скульптурного, архитектурного, деревообделочного, металлообрабатывающего, полиграфического, текстильного и керамического.

Основной принцип обучения был «от общего художественно-пластического образования через специальное художественное — к профессиональному образованию». Поэтому помимо перечисленных факультетов существовало обязательное вводное основное отделение, где студентам всех специальностей преподавались «Графика», «Цвет», «Объём» и «Пространство». Тем самым закладывался общий «фундамент художественных средств формообразования».

В различных материалах создавались учебные проекты по самой разнообразной тематике: мебельные трансформеры, уличные киоски, бытовые предметы (посуда, светильники и пр.). В производственных мастерских изготовлялись архитектурные макеты, опытные образцы предметов обихода, шились коллекции костюмов и т. д.

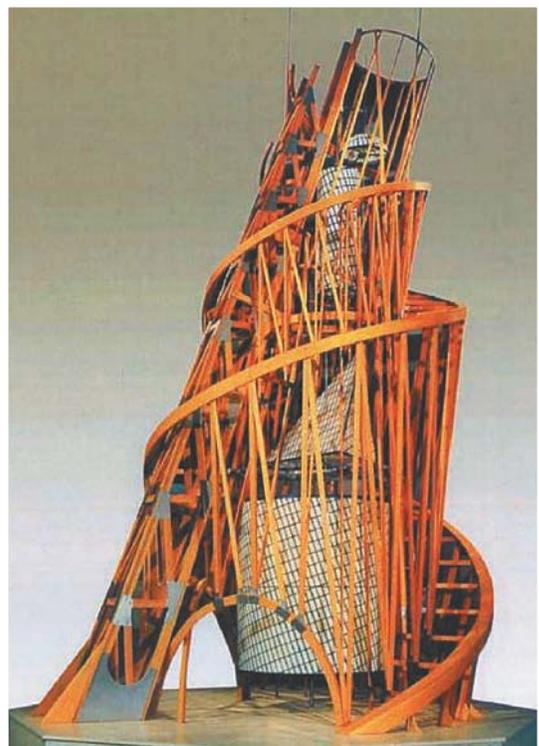
Эти первые художественно-промышленные школы были крупным явлением в искусстве XX в. Они возникли на стыке различных видов искусства и инженерного творчества. Именно при непосредственном участии этих школ формировался новый вид проектно-художественной деятельности, именуемый дизайном.

Сегодня дизайн оказывает влияние на все сферы нашей жизни. Нынешняя глобализация повлекла за собой специализацию проектировщиков, деление дизайна на отдельные виды.

Изменения в современных дизайнерских технологиях по сравнению с 20—30-х гг. XX в. произошли грандиозные. Балом теперь правит компьютер. Практически все работы — от гипотезы до воплощения проектов — рождаются с участием компьютера.

История развития дизайна продолжает создаваться. В неё вписано множество замечательных имён. Перечислить всех здесь вряд ли возможно. Вот имена некоторых дизайнеров, оказавших заметное влияние на развитие искусства дизайна в XX в.

Виктор Папанек (1927—1998) — американский промышленный дизайнер, философ и теоретик дизайна. Его основное творческое кредо выражено в названии книги «Дизайн для реального мира». Папанек оказал сильное влияние на политику производственно-торговой компании по продаже мебели и товаров для дома ИКЕА, исповедующей его взгляды и по сей день.



◀ **В. Е. Татлин.**
Проект памятника
III Интернационалу

▲ **А. М. Родченко.**
Мебель для рабочего
клуба

Этторе Соттсасс (1917—2007) — выдающийся итальянский дизайнер, архитектор, художник, теоретик и философ проектной культуры. Занимался дизайном мебели, ювелирных украшений, стеклянных изделий, светильников и офисного оборудования. Получил известность как промышленный дизайнер, скульптор, фотограф и основатель дизайнерского объединения «Группа Мемфис».

Джо Коломбо (1930—1971) — итальянский дизайнер, автор множества проектных разработок: мебели и светильников, комплексов жилого оборудования. «Возможности, которые открылись перед нами в связи с развитием аудио, видео-технологий, огромны. Изменения в образе жизни людей в связи с этим могут быть существенными. Люди смогут учиться и работать дома. Расстояние в будущем не будут иметь прежнего значения», — считал дизайнер. Потребуется новый тип среды обитания: «пространства, которые могут трансформироваться, пространства, подходящие для медитации и экспериментов, для интимности и для общения».

Карим Рашид — известный промышленный дизайнер. Автор более 2500 реализованных разработок, включая проекты дизайна мебели, посуды, модных аксессуаров, упаковки, фурнитуры, осветительных приборов, а также интерьеров.



▲
Э. Соттсасс.
Стеллаж



▲
Д. Коломбо.
Кресло



▲
◀ **Дизайн интерьеров**
от К. Рашида

Инго Маурер (1932—2019) — немецкий дизайнер. Его называют «поэтом света». Число созданных им светильников перевалило за сто. Возможно, одна из составляющих его успеха заключена в том, что он применил метод графического дизайна к дизайну промышленному. Но это никак не может объяснить того ощущения чуда и восторга, которое вызывают его работы. Инго Маурер создавал не просто светотехнику, а объекты вневременного искусства и дизайна.

В 1989 г. в СССР прошла персональная выставка работ дизайнера.

Филипп Старк — французский промышленный дизайнер и дизайнер интерьеров, архитектор. Можно сказать, что это единственный дизайнер, ставший по-настоящему поп-звездой... При всей его эпатажности он, безусловно, дизайнерская «глыба».

У Старка огромное число реализованных проектов в Западной Европе, Азии и США: интерьеры отелей, ресторанов, частных домов, а также разнообразные бытовые предметы (мебель, часы, вазы-кресла, зубные щётки, велосипеды и т. д.).

В отличие от большинства современных дизайнеров, Старк не стремится создавать провокационные и дорогие объекты. Часто его творения стилизованы, просты и органичны. Он использует необычные комбинации материалов (например, стекло и камень, пластмассу и алюминий, плюшевую ткань и хромированный металл и т. д.).

Коко Шанель (1883—1971) — известнейший французский модельер. Основала модный дом «Chanel» и оказала существенное влияние на всю европейскую моду XX в.

Эта хрупкая, строгая и своеобразная женщина сотворила с миром моды что-то неповторимое, перевернув все привычные устои и правила. Первый магазин Коко, открытый в Париже, принёс ей ошеломляющий успех, буквально за один год, превратившись в настоящий Дом моды.

«Мода, как архитектура, — вопрос пропорций», — говорила Шанель.



▲
Коко Шанель — законодательница моды по сей день



▲
Работы Ф. Старка



▲
Экспозиция светильников И. Маурера

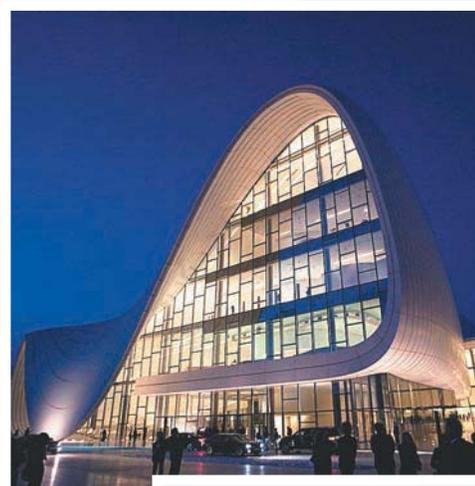
Ив Сен-Лоран (1936—2008) в конце прошлого века удостоился престижной премии «Оскар» в мире высокой моды. Сегодня его модный дом является одним из самых популярных, прогрессивных и востребованных на модном олимпе, а вещи из его коллекций — примеры стиля, красоты и неповторимости.

Вико Маджистретти (1920—2006) — архитектор-урбанист, преподаватель, больше всего он известен как создатель предметов мебели и светильников. 80 процентов того, что создал Маджистретти, до сих пор производится.

Заха Хадид (1950—2016) — британский архитектор и дизайнер арабского происхождения, представительница деконструктивизма. В 2004 г. стала первой в истории женщиной-архитектором, награждённой Притцкеровской премией.

Как архитектор Заха Хадид всегда пыталась разрушить общепринятые каноны и «растянуть» рамки привычного пространства, придав ему мощный динамический импульс. Она отменяла общепринятую геометрию, использовала искажённую перспективу, выявляющую острые углы и кривые линии.

Хадид работала не только с крупными формами, но и экспериментировала в жанре инсталляции, а также создавала театральные декорации, выставочные и сценические пространства, интерьеры, обувь, картины и рисунки. Хадид — автор нескольких экспериментальных коллекций мебели.



▲
Культурный центр Г. Алиева
в Баку... и туфли. Всё от З. Хадид



▲
В. Маджистретти.
Светильник

◀ Ив Сен-Лоран и одна
из его коллекций

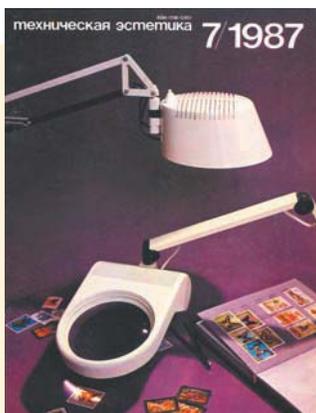
Паола Навоне — одна из наиболее известных итальянских дизайнеров. Журнал «Architektur und Wohnen» в 2000 г. называл Паолу Навоне дизайнером № 1. Вещи, сделанные ею дерзки, просты и лаконичны, при этом органичны и без малейшей тени вымученности.

Период 1930—1960-х гг. был сложным для развития дизайна в СССР: с одной стороны — война и послевоенная разруха с её первоочередными задачами; с другой — дизайн перестаёт быть действительно творческой деятельностью. Принцип стандартизации в этот период применялся не только к человеку, но и к создаваемой искусственной среде. Всё, что позволило отечественному дизайну достичь высот мирового признания, перестало вписываться в изменившуюся атмосферу жизни. Дизайн был расчленён на узкоприкладные направления: инженерно-технический, предметно-бытовой, декоративно-оформительский как отдельные виды деятельности.

Какое-то время потенциал авангарда ещё сказывался в проектных работах, и прежде всего в объектах графического дизайна: политических и киноплакатах, книгах и рекламе.

Следующий этап развития дизайна в нашей стране пришёлся на 1960—1990-е гг.

Его начало характеризуется безусловным интересом к наследию 20-х гг. XX в. В 1961 г. Всесоюзный научно-исследовательский институт технической эстетики (ВНИИТЭ), создателем и директором которого был дизайнер Ю. Б. Соловьёв начинает свою деятельность с издания журнала «Техническая эстетика», и сборников, авторы которых обратились к наследию первой волны русского авангарда. Это время возрождения художественного конструирования. ВНИИТЭ сумел сохранить теоретическую школу, продолжая изучать опыт европейского дизайна и предлагая свои концепции.



Обложки журнала.
Образцы проектов ВНИИТЭ:
мотороллер и такси





Трамвай.
Работа дизайнера
А. Маслова



Армейский внедорожник.
Работа дизайнера
С. Г. Саакяна

Малая авиация
с большим будущим...
Работа дизайнера
В. В. Пирожкова



ском дизайн-центре Toyota в Ницце, участвовал в создании моделей автомобилей Yaris, Auris, Corolla, Avensis и концепт-каров. Совместно с РКК «Энергия» создал концепт-модель возвращаемого пилотируемого корабля «Русь».

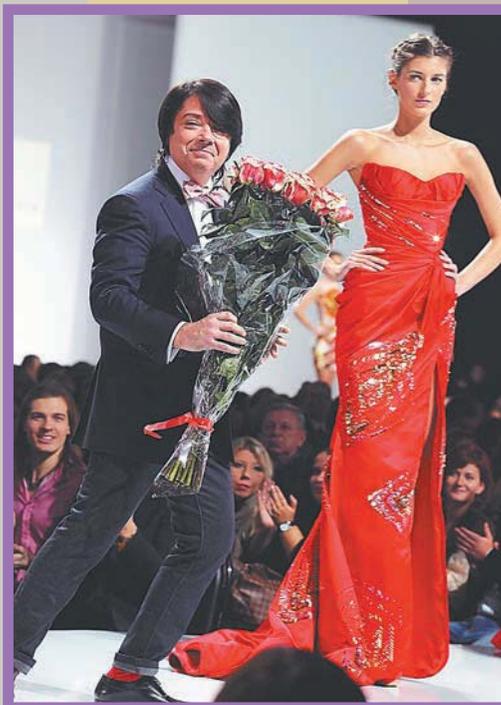
А. Маслов — дизайнер ОКБ «Атом». Дизайнер нового трамвая R-1. Подход к созданию дизайна трамвая можно описать формулой, отражающей новое междисциплинарное пространство транспортного дизайна и архитектуры.

С. Г. Саакян — арт-директор и основатель студии slava'saakyan. Занимается автомобильным дизайном, входит в число известных российских транспортных и промышленных дизайнеров.

В. М. Зайцев — российский художник-модельер, живописец и график, педагог, профессор, народный художник России. Мастер создаёт известные далеко за пределами нашей страны авторские коллекции моделей Pret-a-Porter и Haute Couture. В. М. Зайцев долгие годы воспринимался на Западе как лидер советской моды, его высокий авторитет выразился в присвоенном ему в западной прессе имени «Красный Диор», которое подчёркивало органическую связь уникального искусства модельера с лучшими традициями мировой моды. Его знаменитые коллекции одежды: «Русская серия» (была создана по русским народным мотивам из ивановских ситцев), «1000-летие крещения Руси», «Русские сезоны в Париже», «Ностальгия по красоте», «Грёзы», «Воспоминание о будущем», «Соблазн», «Тайны гармонии», «Импровизация» и т. д.



Модели из разных
коллекций В. М. Зайцева



В. А. Юдашкин — российский художник-модельер, народный художник России. Торговая марка «Yudashkin Jeans» — линия одежды в стиле casual, выпускаемая российским Домом моды Валентина Юдашкина. Свою первую коллекцию дизайнер создал в 1987 г. Настоящий успех к Юдашкину пришёл с коллекцией «Фаберже» (1991), которая была продемонстрирована в Париже в рамках Недели высокой моды. После показа этой коллекции дизайнер получил широкую известность не только в России, но и в мире.

Сейчас очень трудно отыскать такую область человеческой деятельности, в которой не был бы задействован дизайн. И если он возник как одно из занятий художника или архитектора, то теперь дизайн превратился в самостоятельный вид проектно-художественного искусства. Более того, бывает, что для некоторых художников дизайнерские принципы и приёмы являются источниками вдохновения и влияют на их творческие приёмы.

Работа дизайнера в разных сферах жизни человека, развитие современных технологий, появление новых материалов — всё это обусловило рождение огромного числа дизайнерских специальностей.

Основные виды дизайна следующие:

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН охватывает:

- рекламу и упаковку товаров;
- разработку фирменного стиля;
- оформление книг, журналов, плакатов и т. д.;
- компьютерную графику и элементы мультимедиа.



ПРОМЫШЛЕННЫЙ, или ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ, ДИЗАЙН:

- транспорт;
- приборы и инструменты;
- мебель и сантехническое оборудование;
- бытовая техника и электроника;
- посуда;
- ткани и одежда;
- канцелярские принадлежности;
- спортивные товары, детские игрушки и т. д.

СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН:

- дизайн интерьеров;
- дизайн городской среды, архитектурный дизайн;
- ландшафтный дизайн и фитодизайн;
- дизайн музейно-выставочных комплексов;
- сценографический дизайн;
- дизайн праздников и т. д.



И ещё следует упомянуть так называемый арт-дизайн — творческое направление, синтезирующее в себе дизайн, изобразительное искусство, архитектуру при доминирующей роли дизайна с его эргономикой, заботой об удобстве и использованием самых современных материалов. Произведения арт-дизайна — не тиражная продукция, чаще они создаются штучно.

▶ П. Рейносо.

Скамейка-спагетти

Нелепая с точки зрения индустриального дизайна, но изящная скамейка, напоминающая в ироничной форме жителю бетонного мегаполиса о дикой природе

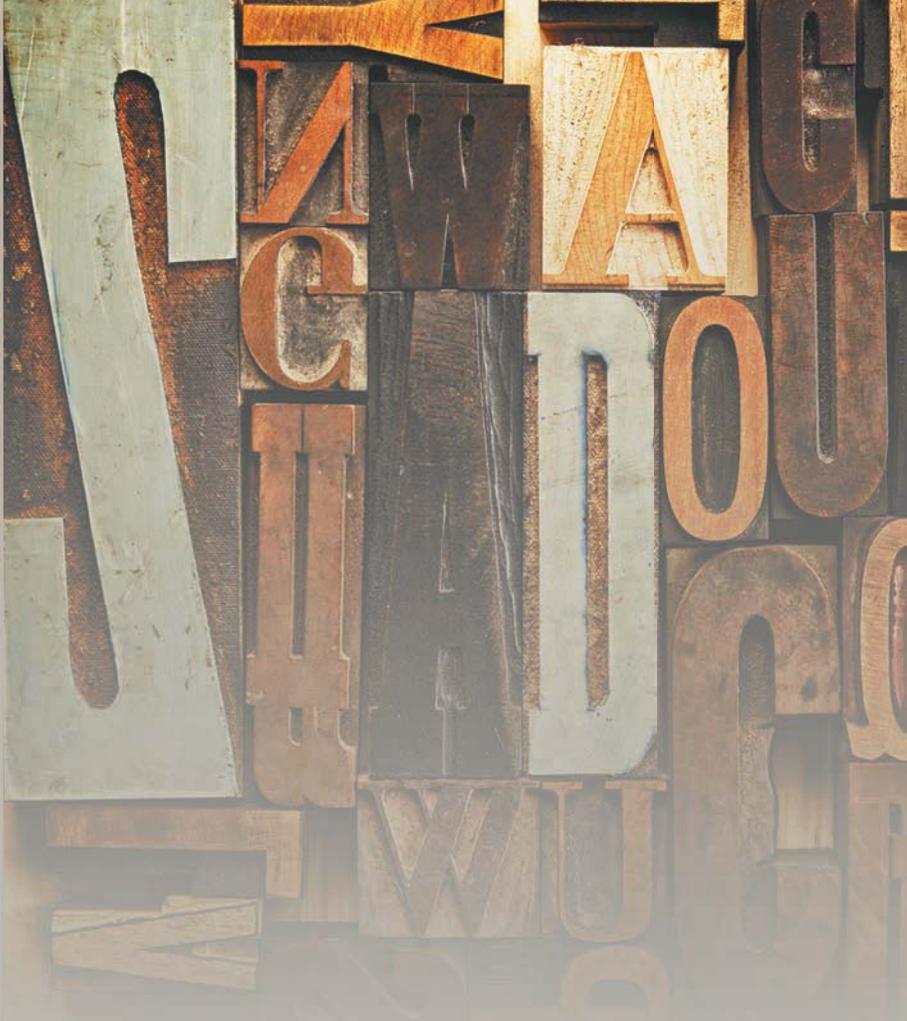


Дизайн — органичное новое соединение существующих материальных объектов и (или) жизненных ситуаций на основе метода компоновки... Термином «дизайн» может определяться собственно замысел (проект), процесс его реализации и полученный результат.

*Н. В. Воронов,
теоретик искусства*

ЧАСТЬ 1

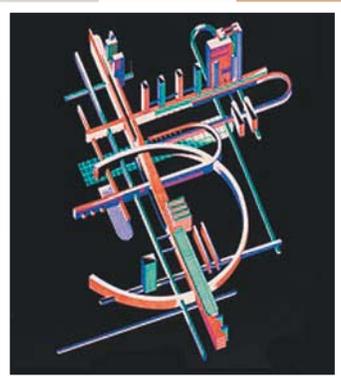
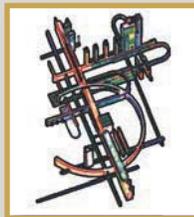
ОСНОВЫ ФОРМО ОБРАЗОВАНИЯ В ДИЗАЙНЕ



- Конструкция для замысла
- Композиция на плоскости
- Типы композиций
- Цвет, шрифт, фактура
- Композиция в объёме
- Учимся у природы
- Бионика

Глава 1.

Конструкция для замысла. Композиция на плоскости



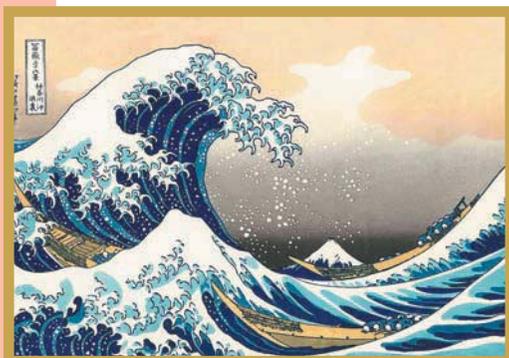
■ **Композиция**, или «сочинение», в области искусства — это система построения художественного произведения. В такой же мере это применимо к конструктивным искусствам, к процессу проектирования, к проекту (макету, модели) и непосредственно к самому изделию или сооружению.

Композиция не самоцель, но она — главный инструмент творческого процесса воплощения авторского замысла. Композиция — конструкция для замысла.

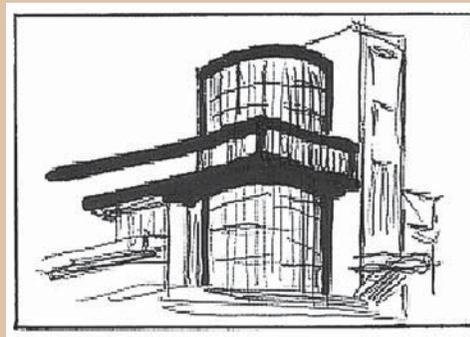
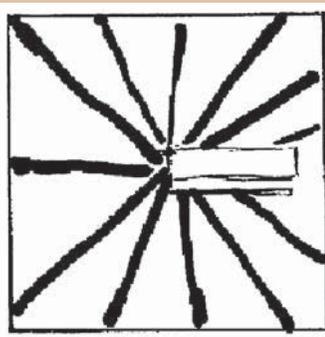
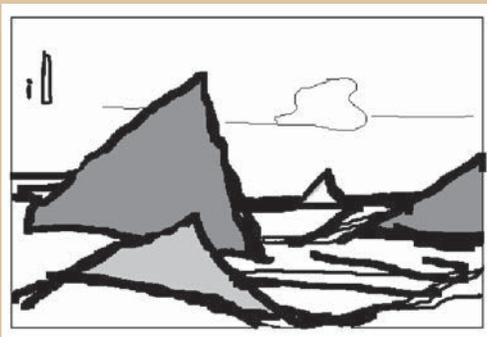
Выразительность простого.

Контраст и баланс масс

Композиционная структура в огрублённой форме проста: *главное*, или доминанта, и *детали*, т. е. части, подчинённые главному, а также связующие элементы. Знакомясь с принципами композиционного построения, вы изучите общие внутренние закономерности *строения форм* в дизайне, а также средства достижения их целостности и *единства с содержанием* вещей.



Возможно, примерно так в рабочем наброске выглядели приведённые выше японская гравюра К. Хокусая, рекламная листовка и рабочий клуб по проекту архитектора И. А. Голосова. Обозначенные треугольниками водяные горы, треугольник Фудзиямы вдали составляют основу композиционной структуры гравюры. Обратите внимание на подпись в левом углу. Это такой же важный, уравнивающий элемент композиции, придающий бóльшую массу волне и как бы увеличивающий пустое пространство для её дальнейшего обрушения.



Центростремительное расположение карандашей на рекламе создаёт бодрый радужный всплеск цветной полиграфии. И, наконец, *пролизывание* стеклянным цилиндром параллелепипеда на двух фасадах здания придаёт лёгкость всей основательной конструкции здания рабочего клуба. Таким образом, первая задача, стоящая перед художником, дизайнером и архитектором, — определить *основную композиционную завязку произведения*.

В картине может преобладать образно-сюжетное или конструктивное начало, выраженное в формальных отношениях элементов композиции. Но композиция как организация произведения естественным образом соединяет в себе оба эти начала, и её построение подчинено закону гармонического единства содержания и формы.

Итак, любое композиционное построение подчинено неким композиционным законам. Законы эти не уголовные и частенько нарушаются самими творцами, поэтому назовём их *композиционными принципами*.

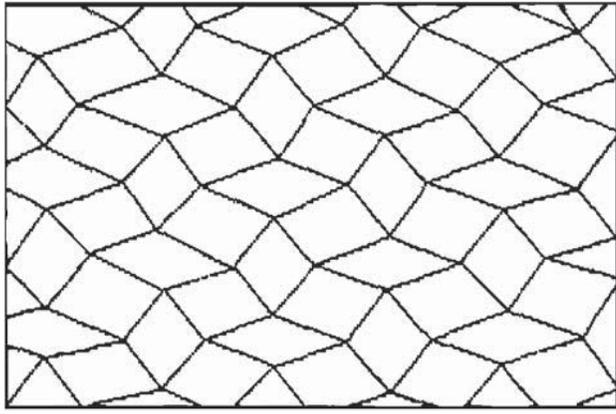
Начнём рассматривать **композиционные принципы** в сфере графического, плоскостного дизайна, а от рассмотрения изображений и примеров перейдём к практическим упражнениям.



▲
Композиционная структура
картины И. Е. Репина



▲ **И. Е. Репин.**
Иван Грозный и его сын
Иван 16 ноября 1581 года.
Масло

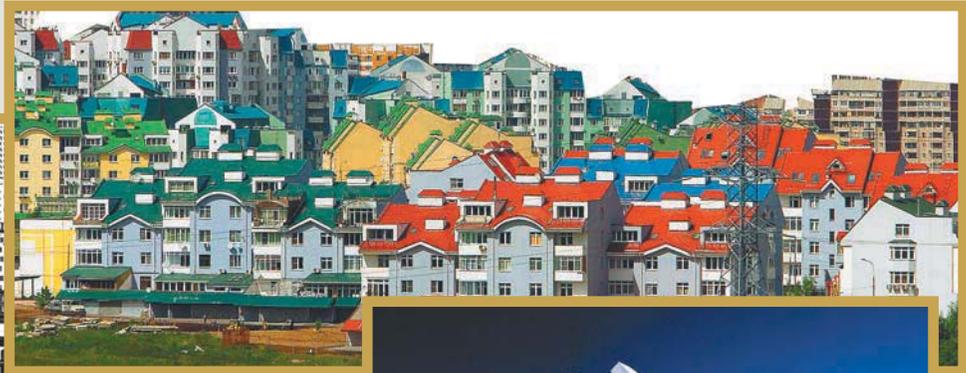
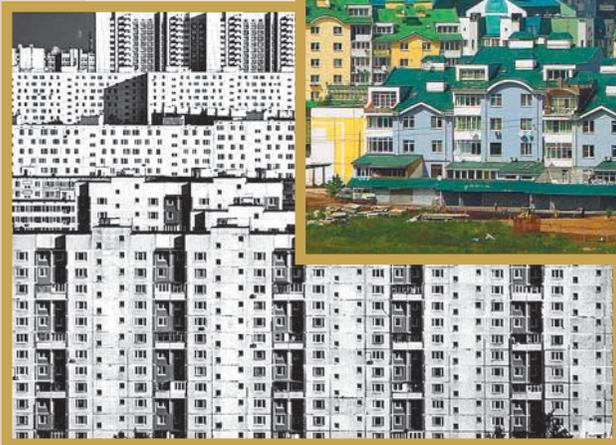


Сравните эти два изображения.

Первое представляет собой малоинтересное фоновое изображение (без контрастов и какого-либо конфликта), имеющее монотонный орнаментальный ритм.

Второе же наоборот, насыщено контрастами, динамикой, движением и противодвижением белого и чёрного, толстого и тонкого и т. д.

Таким образом, одним из композиционных принципов является *контраст* и конфликт форм. И это не только в плоскостной, но и в пространственной композиции. Сравните спальный городской район или район старых пятиэтажек с выразительными примерами архитектуры. Насколько спальный район однообразен — и насколько динамичны и интересны другие примеры архитектуры.



Произведения архитектуры могут быть как невыразительными, скучными, так и очень динамичными

ЗАДАНИЯ

Перед вами три изображения, три композиции: картина В. И. Сурикова «Боярыня Морозова», фотографии архитектурного ансамбля и городской площади.

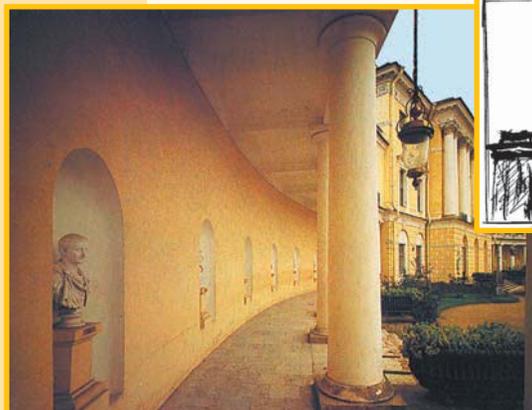
1. На листке бумаги сделайте примерный анализ живописной и фотографических композиций (без объёмов и теней). Где, по-вашему, находится главная завязка каждой из композиций, её доминанта?

В чём заключаются их выразительные средства?

2. Сделайте графический (как бы «геометрический») анализ композиционного построения картины, не копируя и опуская детали, но обозначая композицию плоскими геометрическими фигурами или «силовыми линиями».



В. И. Суриков. Боярыня Морозова. Масло



▲
«Силовые
линии»
композиции

КЛАУЗУРЫ. УПРАЖНЕНИЯ ПО ЖЕЛАНИЮ

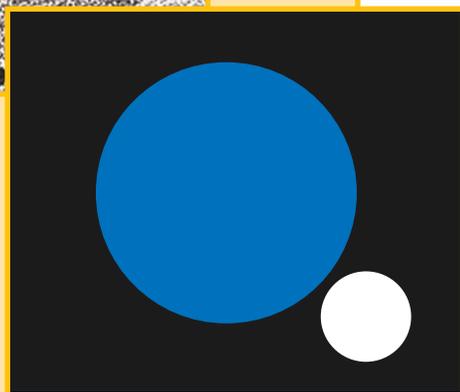
Допустим, вы взяли чистый лист бумаги, который словно напряжённо ждёт от вас какого-то действия... И вы знаете, стоит прикоснуться к нему карандашом, кисточкой с краской, чем угодно — получится точка. Точка — первооснова любой фигуры, любой композиции. Одинокая точка — это статика, покой, какая-то затаённая сконцентрированная энергия. Точка, двигаясь, образует линию. Множество точек образуют любое изображение.

Композиции из точек могут быть очень выразительны. Композиция начинается с конфликта и контраста. У точечных композиций может быть контраст величин и количеств: концентрация или разрежённость в их расположении.

Группировкой точек можно передать движение или покой, радость или мистический ужас и т. д. Полезным фоном в рекламе может быть растровое расположение точек. Это довольно механистичное расположение точек, которого легче добиться с помощью компьютера.

Выполнять эти клаузуры (а чем больше вы их проделаете, тем лучше) вы можете любыми графическими способами, в технике коллажа. Можете даже сделать точки-дырки разной величины на бумаге и сфотографировать — будет оригинально; а можете сделать всё на экране компьютера.

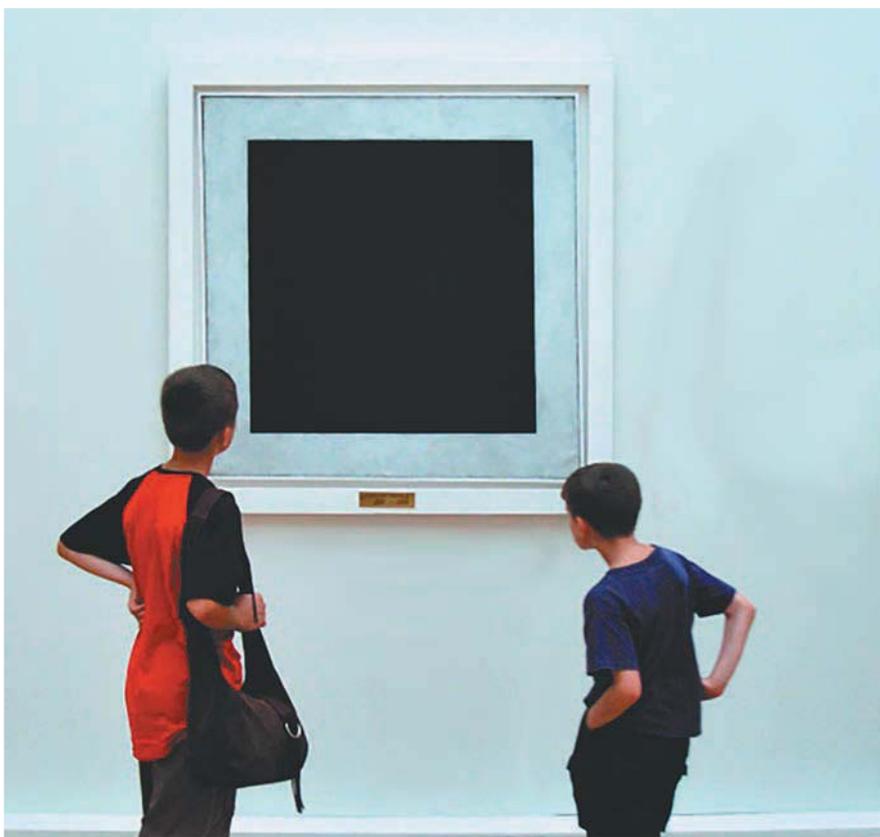
И ещё одно упражнение, которое нужно иногда проделывать: это отыскать **примеры точек** в природе, в городе, в вещах и предметах, сфотографировать и выложить в папчке с заданиями на компьютере или на бумаге.



Типы композиций.

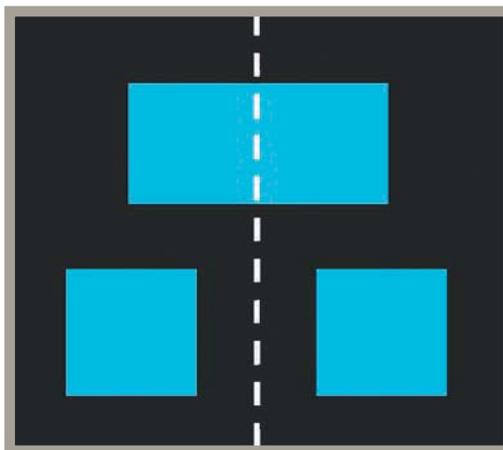
Динамика и статика, ритм композиционных элементов

Начать изучение композиции следует с чистого листа, с пустого холста у живописца, с тишины у композитора... Затем появляется первый штрих, мазок на холсте, первый звук, разорвавший тишину. Возникает конфликт, контраст с пространством, даже если появляется одна фигура, как, например, на знаменитом полотне Казимира Малевича «Чёрный квадрат», который тем не менее заставляет задумываться не одно поколение людей. Этим фигур, элементов в композиции может быть великое множество. Композиция начинается с того, **как элементы взаимно расположены.**



■ СИММЕТРИЯ И АСИММЕТРИЯ В КОМПОЗИЦИИ

Приведённые ниже изображения объединяет то, что все части композиции в них уравнивают друг друга зеркальным расположением по отношению к условной срединной оси. Такой классике размещения часто подчиняются архитектурные фасады, титульные листы книг, орнаментика украшений и многое другое.



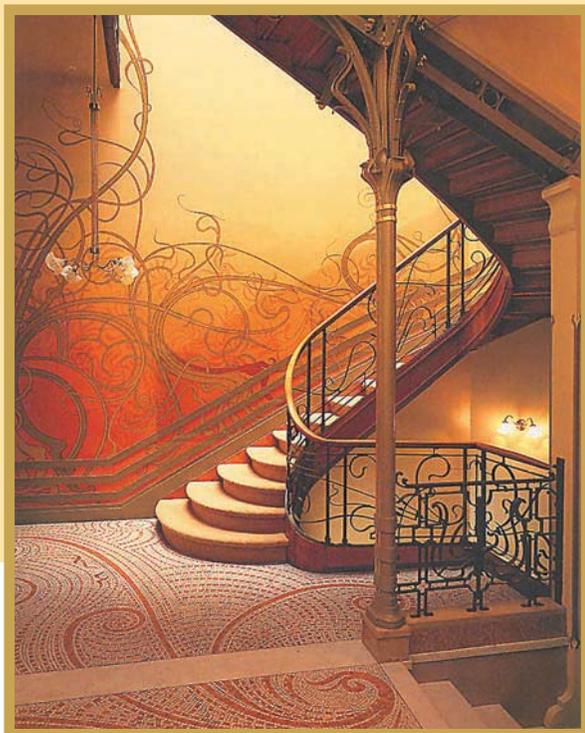
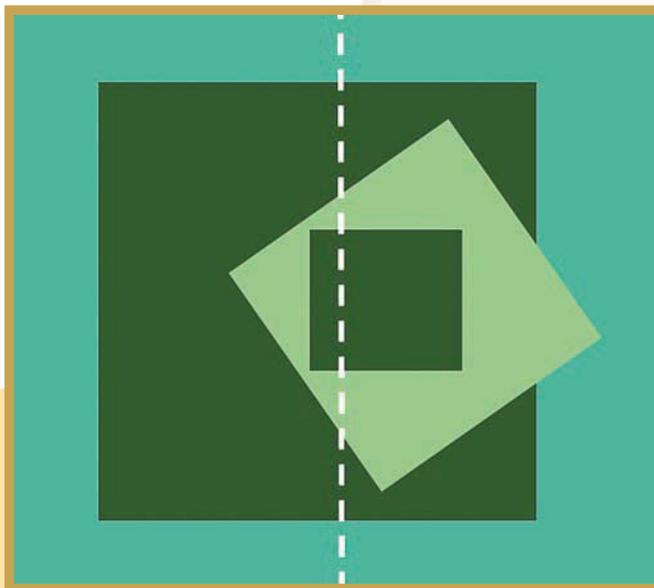
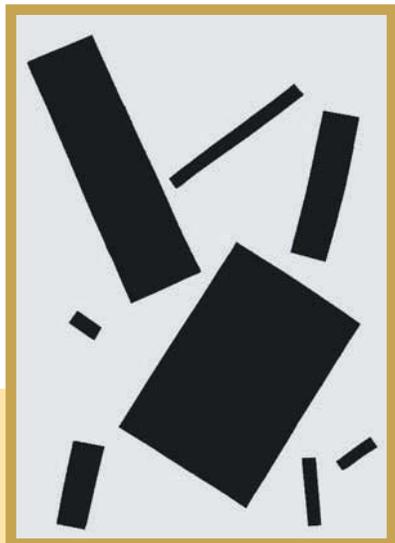
Симметрия — это такой способ расположения, когда изображение слева равно или подобно изображению справа от условной осевой линии. В природе живой и неживой мы находим массу примеров симметрии.

Художественные приёмы композиции связаны с психофизическим восприятием человека окружающего мира. Симметрия связана с чувством равновесия и обусловлена законом тяготения.

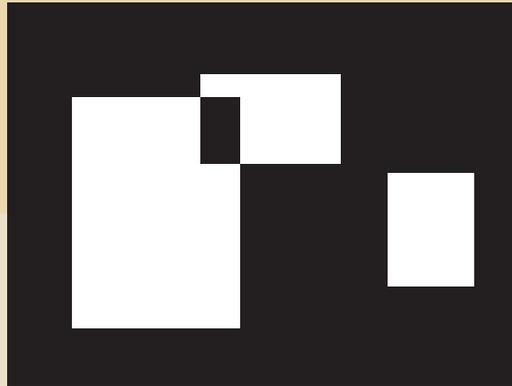
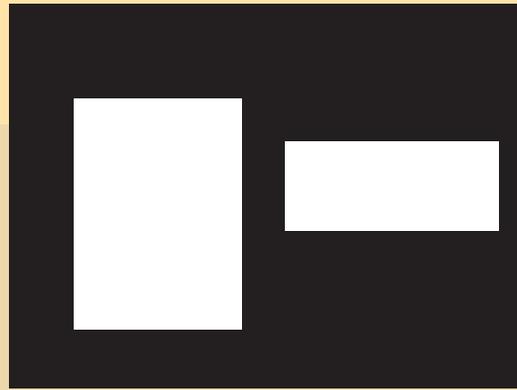
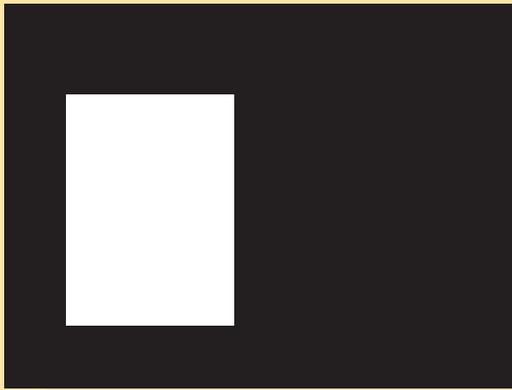
«**П**олная **симметрия** докучает, а изящное разнообразие красит и тешит вкус».

В. И. Даль, *русский писатель, этнограф*

Асимметрия, т. е. нарушение симметрии, рождает эмоциональный импульс, который сигнализирует о возникновении изменений, движении. Асимметричная композиция кажется более динамичной, драматичной, ритмически более интересной. Но и в асимметрии мы тоже ищем гармоничное расположение элементов.



▲ **В. Орта.**
Дом Тасселя. Брюссель
Асимметричная композиция в дизайне

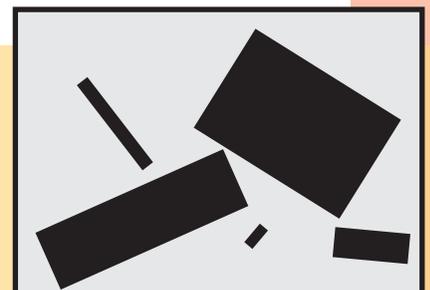
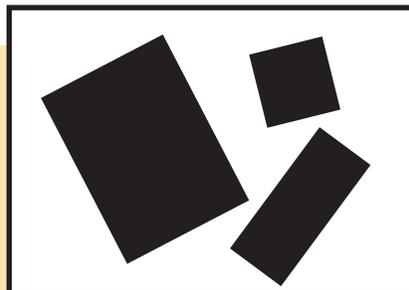


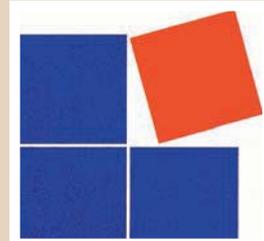
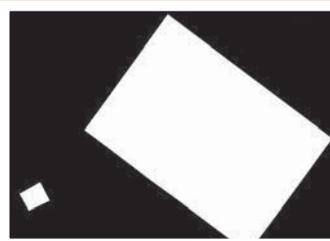
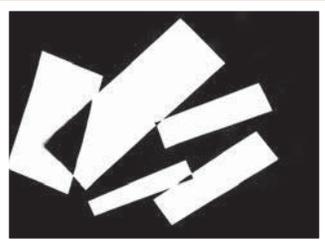
▲
Достижение визуального
баланса в асимметричной
композиции

Визуальный баланс в асимметричной композиции может достигаться путём добавления прямоугольников, контраста их величин, равновесия пустых пространств (пауз). Сделайте свой абсолютно иной вариант композиции!

Все элементы композиции в начальных упражнениях следует вырезать из чёрной или белой бумаги в зависимости от выбранного фона. Прежде чем окончательно приклеивать их нужно подвигать по формату в поисках лучшего варианта компоновки, уменьшить или увеличить их размер, добиваясь сбалансированности композиции. Тоже самое можно проделать на компьютере.

Эти абстракции из прямоугольников привлекают внимание выразительным взаиморасположением, противопоставлением, динамикой и контрастом в соотношении масс.





■ ФРОНТАЛЬНАЯ И ГЛУБИННАЯ КОМПОЗИЦИИ

Как вы могли заметить, в плоскостной композиции фигуры могут располагаться параллельно краям листа — это **фронтальная композиция**, а могут не параллельно — это **глубинная композиция**.

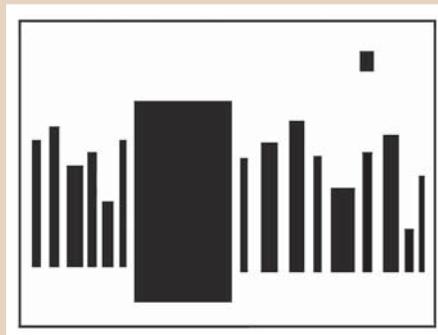
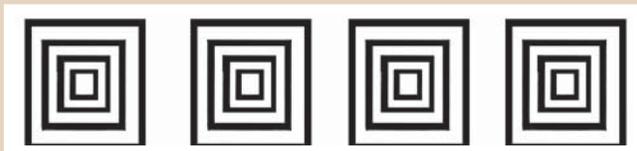
Фронтальная композиция более *статична*, в *глубинной композиции* больше движения, *динамики*. Композиции должны строиться на разности величин прямоугольников.

Кроме динамики и статики в этих начальных работах (см. вверху) ясно прочитывается **ритм**. В первом изображении ритм прослеживается в чередовании наклонных прямоугольников, а во втором — в чередовании различных по величине фигур.

Вроде бы простые геометрические фигуры — прямоугольники, но какие выразительные композиции могут получиться! Некоторые из них могут стать основой плаката.

В композиции может существовать также простой *метрический повтор*. Однако закономерность, на которой основан *ритм*, выражается в постепенных количественных изменениях ряда чередующихся элементов: в нарастании или убывании чередований графических или объёмных элементов, в их сгущениях или разрежениях. Ритм проявляется, таким образом, в закономерном изменении порядка.

Ритм, придающий активное движение всей композиции, напрямую связан с композиционным балансом и проявлениями динамичности. Если изменять порядок нарастания или убывания ритма элементов, их величину, сгущённость или разрежённость, окраску, тональность и т. п., можно усиливать или ослаблять динамику всей композиции.



▲
Ритм в композиции

Наше зрительное восприятие таково, что мы очень чутко реагируем на малейшее отступление от закономерности ритмического ряда. Изменение одного шага неизбежно ведёт к некоторой утрате динамики и впечатления композиционной целостности.

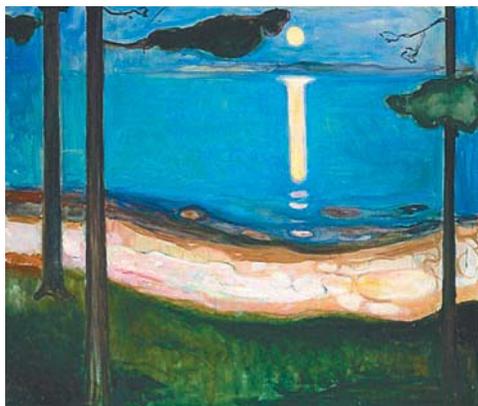
Сгущённость и разрежённость элементов композиции определяют прежде всего её цель, поиском нужной образности.

Две следующие живописные композиции также отражают этот принцип композиционного построения (разрежённость и сгущённость).

«Существует бесконечное число потенциально удовлетворительных комбинаций. Но ни одна из них не является единственно правильной эстетически. Хотя некоторые могут показаться лучше прочих».

В. Папанек, *дизайнер*

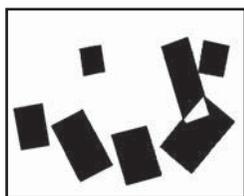
На нижних рисунках можно проследить ещё один важный композиционный приём: расположение элементов может передавать состояние разрыва, открытости или, наоборот, замкнутости. В любом случае внешние границы и тип композиции определяются внутренними связями между её элементами.



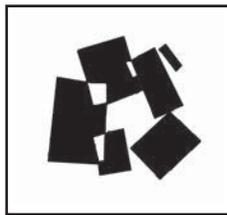
Э. Мунк.

Лунный свет. *Масло*

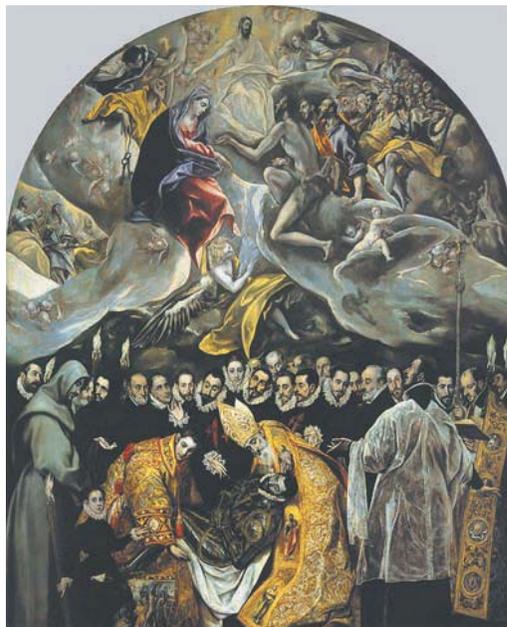
Эту композицию можно отметить как композиционно разрежённую



Открытая композиция



Замкнутая композиция



Эль Греко.

Погребение графа Оргаса.

Масло

Большая композиция, которую можно характеризовать как сгущённую

ЗАДАНИЯ

Этот блок упражнений выполняется исключительно *при помощи прямоугольников*.

1. Сделайте зарисовку любого объекта животного или растительного мира, имеющего симметричную «компоновку».

2. Создайте из трёх, пяти и более разновеликих прямоугольников: а) фронтальную композицию; б) глубинную композицию. Прямоугольники могут пересекаться, накладываться друг на друга и т. д. Работы можно выполнять как на белом, так и на чёрном фоне.

3. Сделайте сначала фронтальную композицию: а) статичную; б) динамичную, например, с убывающей величиной элементов.

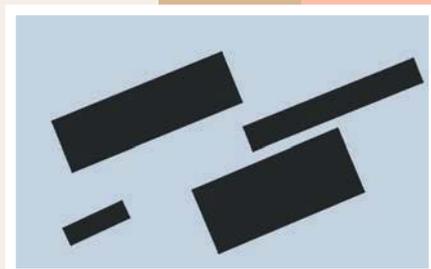
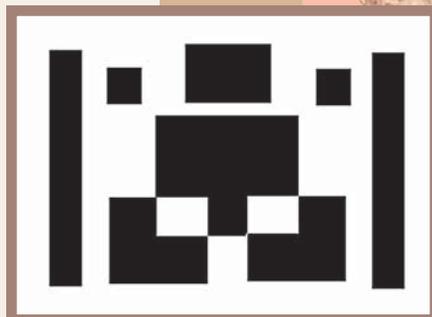
Затем выполните глубинную композицию из прямоугольников, в которых чередование изобразительных элементов и свободных пространств (пауз), их частота, сгущённость и разрежённость будут подчинены определённому ритму.

4. Из произвольного количества прямоугольников создайте замкнутую композицию с глубинно-пространственным расположением элементов, а также композицию открытого типа.

5. Создайте композицию с использованием простого метрического ряда, а также композицию с ритмом изменяющихся величин элементов.

6. Составьте фронтальную композицию, построенную по принципу симметрии, из произвольного количества прямоугольников, отражающую: а) сгущённость и б) разрежённость расположения форм.

Материалы: предпочтительнее выполнять композиции из чёрной и белой плотной бумаги при помощи канцелярского ножа, металлической линейки и на специальном планшете для макетирования. Лучше всего применять резиновый клей (он не корбит бумагу), но можно клеить специальным клеящим карандашом или клеем ПВА (только плотную бумагу).



КЛАУЗУРЫ. УПРАЖНЕНИЯ ПО ЖЕЛАНИЮ

Чтобы закончить нашу «прямоугольную» тему и чтобы вы могли убедиться, насколько выразительны могут быть простейшие формы, расширим круг упражнений. Выполнять их можно в виде небольших эскизов-почеркушек карандашом, ручкой, маркёром или в технике коллажа из чёрной и белой бумаги. И конечно же работу можно проделать на компьютере с помощью программ Paint, Paint Net, Word и пр.

1. По каждому упражнению даются возможные варианты их выполнения. Придумайте свой вариант. Число фигур в композиции, как и число самих композиций, не ограничено. Не забывайте при этом о равновесии композиции в целом. Задача — придать композициям образно-эмоциональную окраску.

Общая тема «Контрасты»:

«большое — маленькое» ■

«широкое и узкое» ■

«высокое — низкое» ■

«движение — остановка» ■

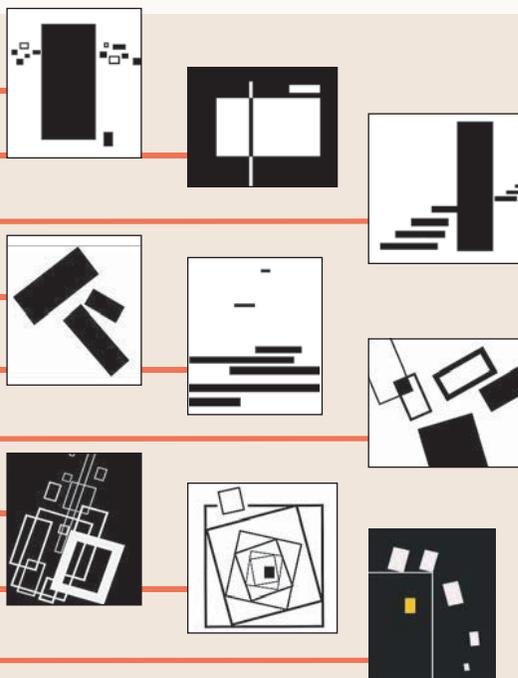
«далёкое — близкое» ■

«контраст направлений» ■

«тяжёлое — лёгкое» ■

«побег» ■

«падение» ■



2. Придумайте свои композиции, например, на темы «Одиночество в толпе», «Пустыня», «Радость».

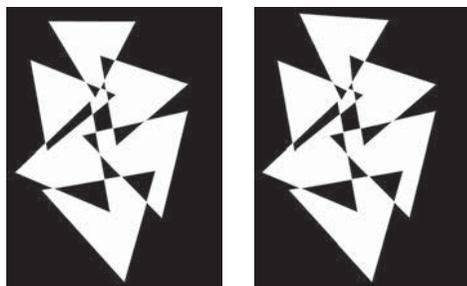
3. Сфотографируйте примеры прямоугольных форм в окружающем мире, проанализируйте их.



Треугольник. Круг.

Пятна произвольной формы

В композиции из треугольников, кругов, пятен зрительная гармония и выразительность может быть найдена путём *сгущённости* или *разрежнённости* элементов композиции, при условии их динамического равновесия.



Обратите внимание, что во втором варианте композиции изменено положение верхнего треугольника. В первом варианте треугольник расположен фронтально (его верхняя сторона параллельна краю формата), поэтому он как бы тормозит всю динамику композиции. Второй вариант композиции кажется более гармоничным.

Данный пример демонстрирует, насколько важна в композиции любая деталь.

Рассматривая изображения, вы можете заметить, как убедительны и многозначны бывают «немногословные» композиции, как «работает» пауза и пустота между фигурами. Недаром дизайнеры очень любят высказывание древнего китайского философа Лао Цзы: «Тридцать спиц соединены одной осью, но именно **пустота** между ними составляет суть колеса. Горшок лепят из глины, но именно пустота в нём составляет суть горшка. Дом строится из стен с окнами и дверями, но именно пустота в нём составляет суть дома. Общий принцип: материальное — **полезно**, нематериальное — **суть бытия**».

Простые геометрические фигуры могут быть очень выразительны, и эта их простота используется в дизайне.

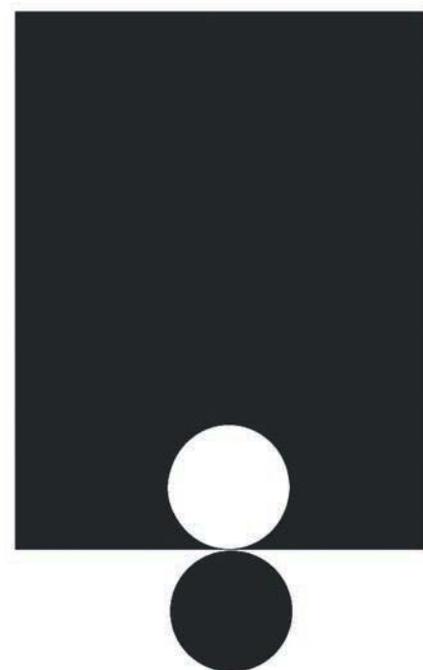
Продвигаясь дальше в освоении языка композиции, попробуйте использовать сочетания различных геометрических форм. При этом можно получить бесконечное количество вариаций.

Сначала выполняйте чёрно-белые композиции, чтобы на более простых примерах научиться выстраивать баланс пятен в заданном формате. Потом, с применением цвета, эти композиции станут похожими на эскизы декоративных панно, гобеленов и пр.

«Элементарные геометрические фигуры — это элементарные частицы формообразования».
С. И. Серов, *дизайнер, педагог*

ЗАДАНИЯ

1. Сделайте четыре *композиции* из одних и тех же трёх фигур: треугольника, круга и прямоугольника (две симметричные композиции и две асимметричные).
2. Составьте *композиции* из произвольного количества: а) треугольников; б) кругов; в) прямоугольников, кругов, треугольников и трапеций. Попробуйте композиционно выразить различные состояния: покой, взлёт, падение, взрыв и т. п.
3. Используя любое сочетание фигур, создайте графическую *метафору*, например «Белая ворона», «Давид и Голиаф», «Превосходство», «Тишина» и т. д.

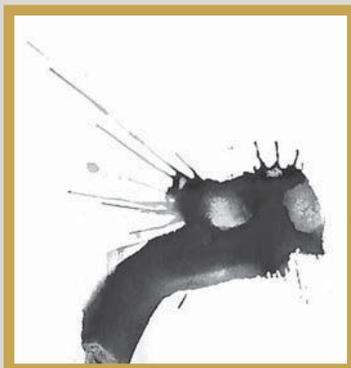




В конструктивных искусствах, и в частности в дизайне (в отличие от живописи), крайне редко используется так называемый раздельный мазок, в основном производится равномерная, **локальная окраска поверхностей**.

Однако, в графическом дизайне — в плакате, в рекламе, в разработке фирменного стиля — довольно часто используется выразительное **пятно** произвольной, свободной формы. Это может быть энергичный или плавный мазок кистью, клякса (иногда делают симметрично отпечатанную кляксу, чтобы получить неожиданную и загадочную форму), брызги краски или отпечаток какого-нибудь материала с крупной фактурой (например, дерюги, вельвета и пр.).

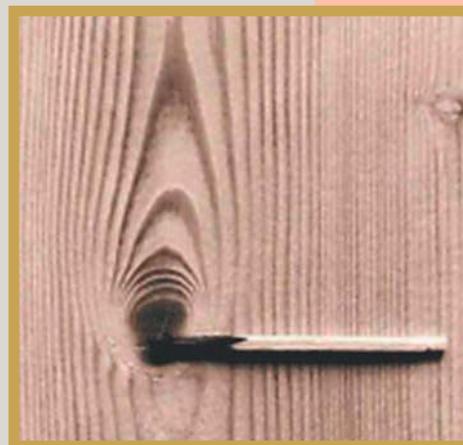
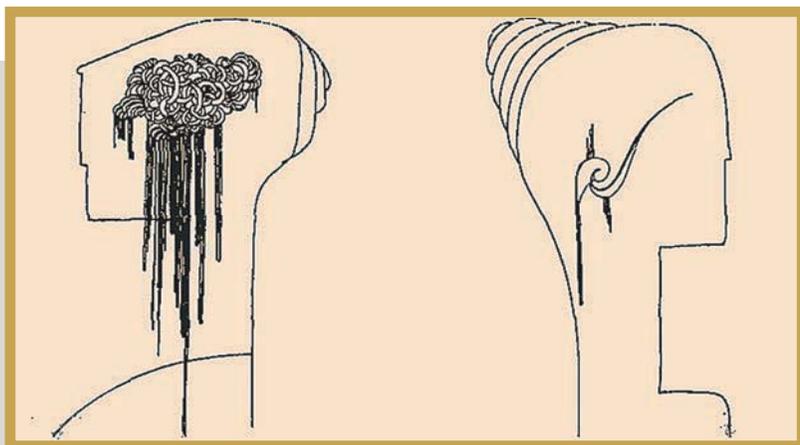
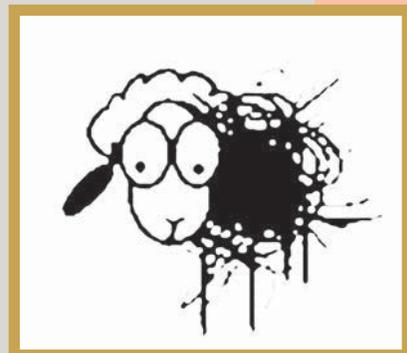
У такого рода пятен свои изобразительные возможности. Чтобы оценить применение свободного пятна в композиции, нужно выполнить несколько упражнений.

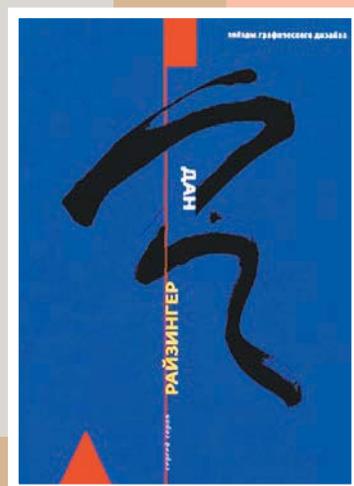


Это должны быть эскизы небольшого формата (1/6—1/8 листа А4) на чёрной или белой бумаге. С помощью кисти одним «росчерком» белой или (соответственно) чёрной гуаши наносится пятно-мазок. Но прежде чем его наносить, нужно выбрать тему своей композиции. Этим мазком может быть выражено какое-то состояние: устремлённость, взрыв, тихий шелест и т. п. Подобная работа развивает визуальное мышление, она призвана отразить первый внутренний импульс, вызванный словом. Здесь не требуются реальные изображения листьев, тучек, лучиков, здесь скорее музыка в чёрно-белой графике. Будьте своей фантазией, не комплексуйте!

Сделайте несколько вариантов на одну тему. Почувствуйте себя, например, японцами, которые кисточкой одним иероглифом выражают целое понятие. Или первопроходцами абстракционизма, желавшими выразить картиной своё ощущение какого-то явления или состояния. При этом постарайтесь не забывать о динамическом равновесии всей композиции.

По-другому обстоит дело с кляксами, брызгами и т. п. Они менее управляемые (когда вы дуёте на каплю туши или краски на листе бумаги, и она, растекаясь, принимает фантастические очертания), при отпечатывании в них больше случайного. Поэтому сначала выполняется композиция с пятном, а уже потом придумывается для неё название. Иногда кляксу подрисовывают: таким образом может идти эскизный поиск, например при разработке одежды или её декора.





Так можно использовать пятно в плакате или на обложке

Если говорить об оттисках различных материалов, покрытых краской по принципу гравюры (этот приём довольно часто используется в рекламном плакате), нельзя не упомянуть и о фактуре.

Фактура — свойство, характеризующее внешнее строение поверхности формы (шероховатая, гладкая и др.). *Эффект фактуры и текстуры* (текстура — естественный рисунок материала, например, текстура дерева, которую можно видеть на фанере) используется прежде всего для того, чтобы передать оригинальные качества материала, раскрыть его эстетическое своеобразие.

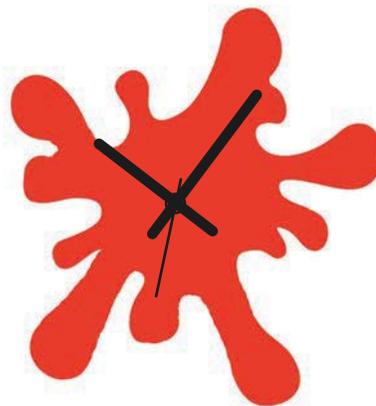
Иногда фактура или текстура материала сами по себе настолько выразительны, что их воздействие может быть сильнее, чем воздействие самой формы изделия.

Пятна свободной формы и фактурные отпечатки используются в различных видах графического дизайна: в плакатах, рекламе, в оформлении книжной продукции.

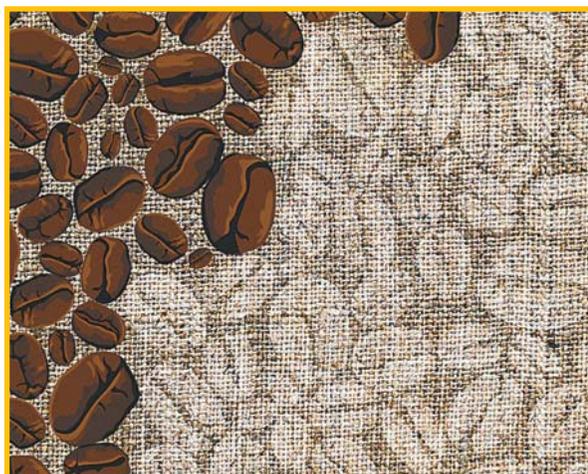
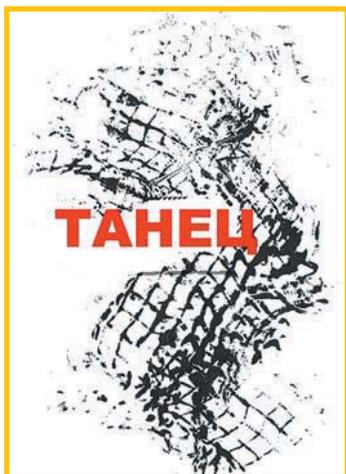
ЗАДАНИЯ

1. Выполните несколько упражнений с пятном произвольной формы, сделанным росчерком кисти или в виде кляксы. Характером мазка, линией, цветом, ритмом в абстрактной композиции передайте событие, состояние или ощущение, изначально сформулировав название работы (например, «Шум дождя», «Суматоха», «Тишина сумерек», «Жаркая музыка карнавала», «Нежное дыхание ребёнка» и т. д.).

2. Создайте кляксу, затем с помощью подрисовки превратите её в изображение животного, насекомого и т. п., или в эскиз шляпки, аксессуара одежды, причёски и пр.



3. Предварительно подобрав материалы с различной фактурой (лоскуты дерюги, «вафельного» полотенца, куски циновки, губку, мочалку и т. п.), нанесите на них любым способом краску (валиком, тампоном, кистью) и отпечатайте фактуру на бумаге. Это задание имеет отчасти поисковый характер — практическое исследование графических свойств различных материалов.

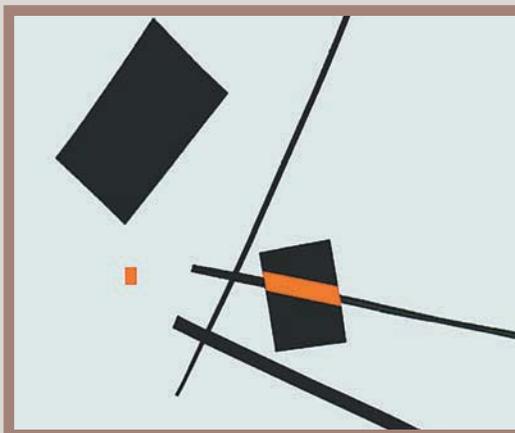
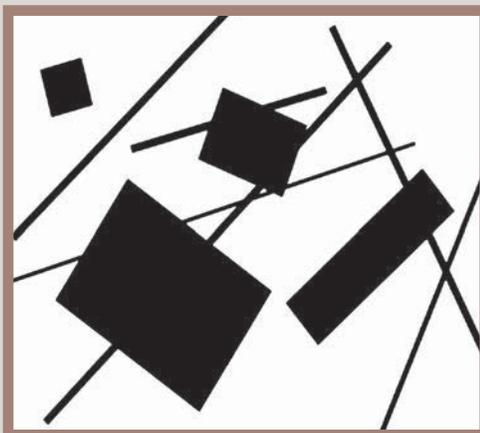
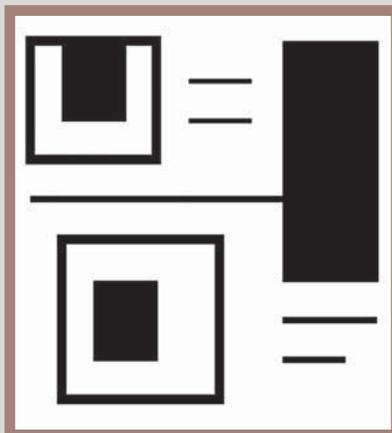


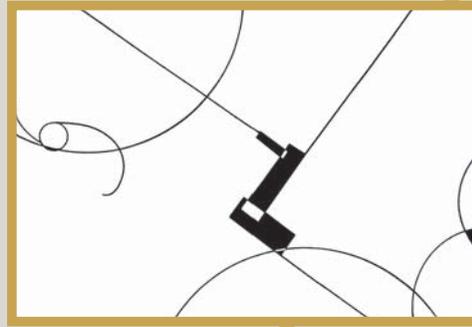
Линия — элемент КОМПОЗИЦИИ

Линия в значительной степени обогащает композицию, делает её выразительнее, усиливает динамику, создаёт ритм. Таким образом, композиционное поле постепенно усложняется введением нового элемента или элементов, которые, возможно, облегчат задачу поиска выразительности. В композиции могут появиться «силовые линии», которые свяжут её элементы в единое целое или наоборот расчленят её.

Линия может играть самостоятельную художественную роль. Самостоятельным художественным элементом изображения линия выступает, как правило, при отсутствии предметного изображения, например, в линейных орнаментах.

Вообще зрительное восприятие зависит от возникающих эмоциональных импульсов, когда взгляд скользит по изображению. Каждый поворот линий, их пересечение вызывают необходимость преодолеть инерцию движения, воздействуют на зрительный аппарат и рождают соответствующую реакцию. Композиция, где много пересекающихся линий и углов, вызывает чувство беспокойства, и, наоборот, там, где глаз скользит по кривым, и движение имеет волнообразный характер, появляется ощущение естественности, успокоенности. Материя также имеет волновую природу, возможно, поэтому восприятие плавных линий и вызывает у человека положительную реакцию.



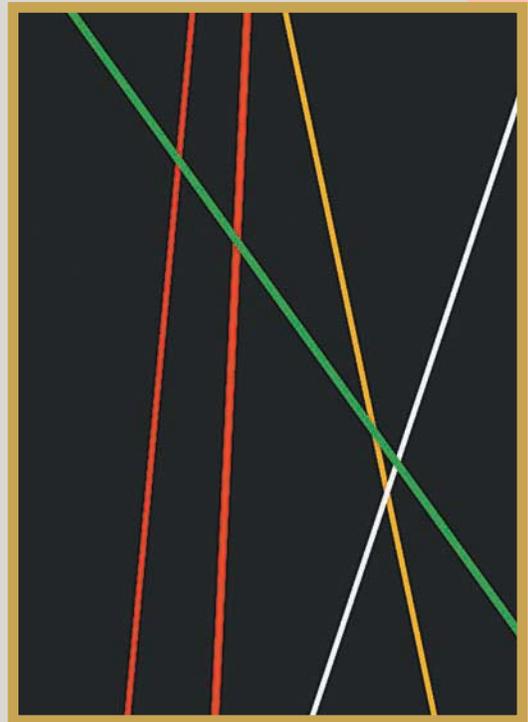
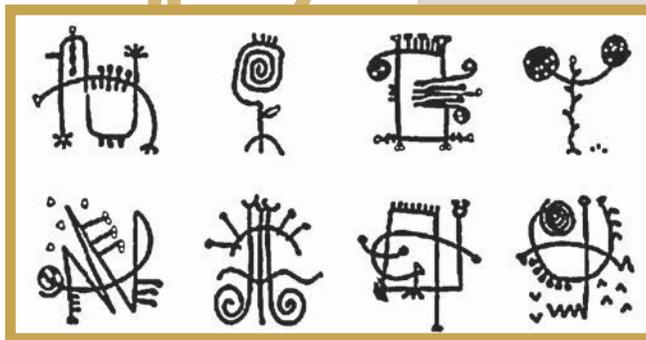
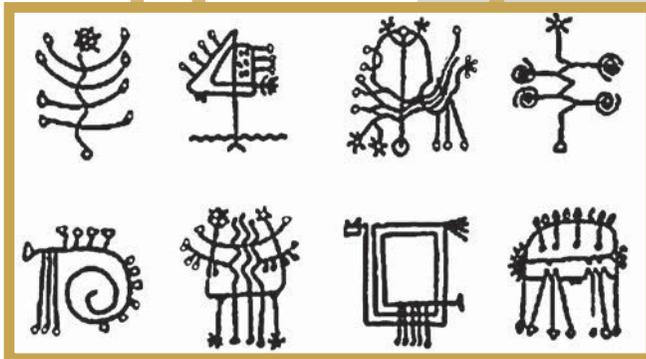


Строить композиции можно исключительно из разнохарактерных линий, в зависимости от того, какую эмоцию, какое состояние вы хотите выразить вашей графикой.

Линии могут быть прямыми и кривыми, толстыми и тонкими, нежными и грубыми, а также непрерывными и прерывистыми.

Прямые линии будут выражать строгость, жёсткость, логическую ясность; линии кривые и волнистые, скорее, выражают более лирические состояния.

Напомним, однако, что речь идёт о графике прикладной, конструктивной, и линии будут *не изображать*, а *выражать*. Приведённые ниже рисунки демонстрируют выразительные возможности линии, но всё-таки представляют собой стилизованные, доведённые до знаковости *изображения* фантастических птиц, растений, животных. Они находятся как бы на стыке изобразительной и конструктивной графики.



Выразительные возможности линии



▲
Линии в живой природе

Линия любого начертания не есть элемент, искусственно придуманный архитектором или художником. Она существует и в живой природе, например, в виде части ствола и веток деревьев, паутины, либо рисунка чешуи рыбы и т. д.

Линия — это трасса, оставляемая движущейся точкой, она имеет определённое психологическое значение в зависимости от её направления и толщины.

С помощью линии мы можем изображать внешний мир, вычленяя контуры предметов, делиться своими впечатлениями об увиденном. В конце концов с помощью линии мы научились писать.

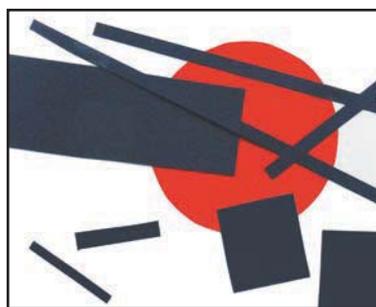
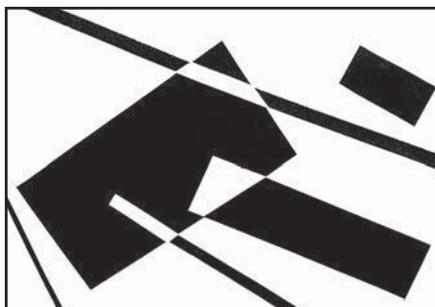
Станьте фанатом линий!



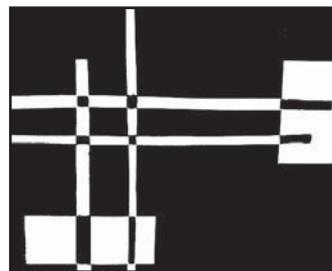
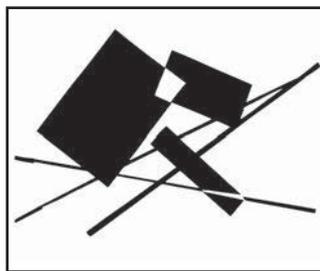
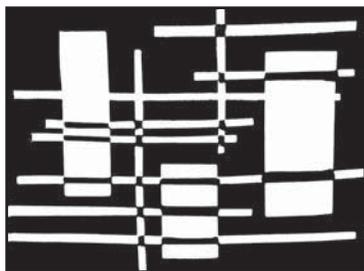
▲
Зимний пейзаж. Учебная работа

ЗАДАНИЯ

1. Расположением и взаимным пересечением трёх-четырёх прямых линий разной толщины добейтесь *гармоничного членения композиционного пространства*, включающего также несколько прямоугольников (используйте линии «навылет»).



2. Создайте *композицию* из двух-трёх прямоугольников и трёх-четырёх прямых линий, которые своим расположением связывают элементы в единое композиционное целое. Создайте: а) фронтальную композицию; б) глубинную композицию.



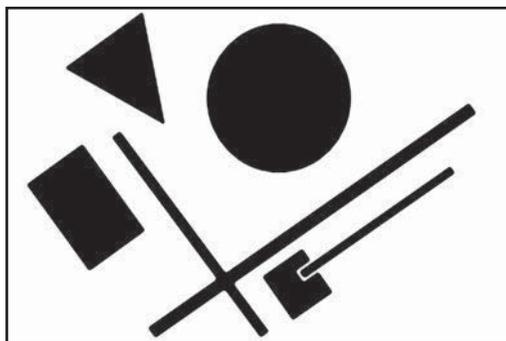
3. Из произвольного количества элементов (прямых линий, прямоугольников и т. д.) сделайте интересную *композицию*. Ритмически расположив элементы на плоскости, добейтесь эмоционально-образного впечатления (например, впечатления полёта, крушения, замедления и т. д.).



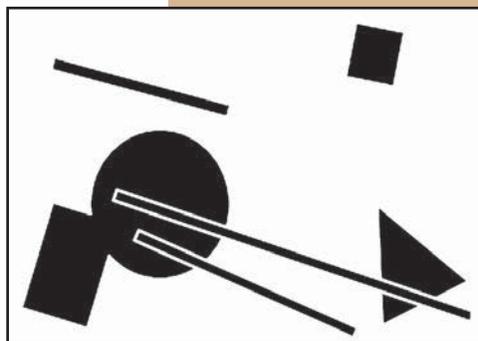
КЛАУЗУРЫ. УПРАЖНЕНИЯ ПО ЖЕЛАНИЮ

1. Используя пять-семь элементов (включая прямые линии), составьте из них как из модулей три композиции, где доминантой будут:

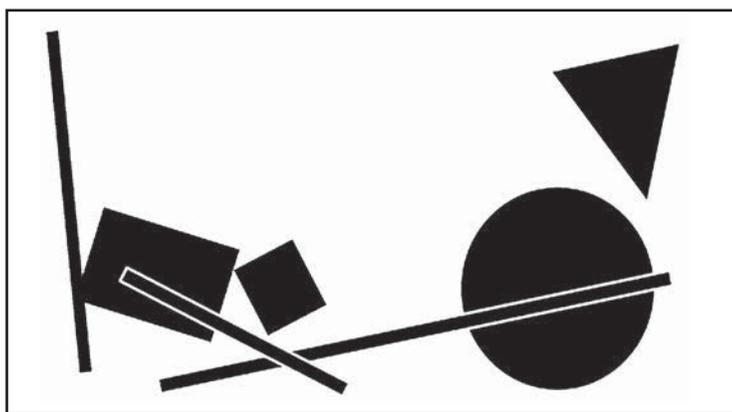
а) крупный элемент;



б) маленький элемент;



в) зона пустого пространства.



2. Сфотографируйте (это более желательно) или отыщите где-либо фотопримеры:

линии в живой природе



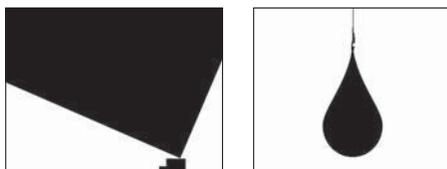
линии, создаваемые человеком



3. Для подведения промежуточного итога работы над первоэлементами композиции добавьте ещё несколько тренировочных упражнений. Возможно, некоторые из них покажутся вам повторением по тематике — не страшно, решите похожую задачу другим способом.

Итак, выполните упражнение, использующее ассоциацию, вызываемую в вас ощущением, например, от слова **тяжёлый**.

Приступая к работе, можете выписать на бумажке вспомогательные слова и то, как вы хотели бы выразить «тяжесть»: что-то давящее, массивное или...



Далее даются примеры различных ассоциативных изображений.

	лёгкий (уносимый ветром, парящий, светлый и т. д.)	
	быстрый (взлёт, падение, движение, устремлённость и т. д.)	
	медленный (тягучая форма, обтекаемость...)	
	резкий (чёткий, контрастный...)	
	бесформенный (аморфное тело, неопределившееся...)	
	бодрый (чёткая определённость формы, контрастность...)	
	вялый (усталость, бесформенность...)	
	целенаправленность (конкретность, ясность...)	
	разобщённость (отсутствие доминанты...)	
	громкий	
	тихий	

Глава 2.

Цвет и шрифт в композиции

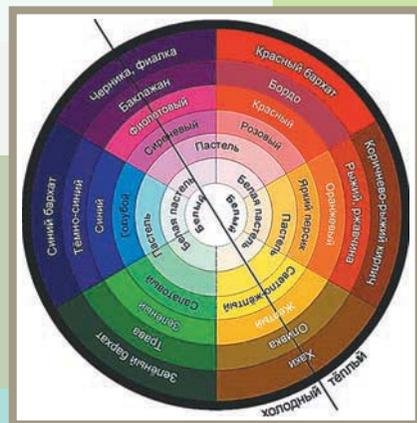
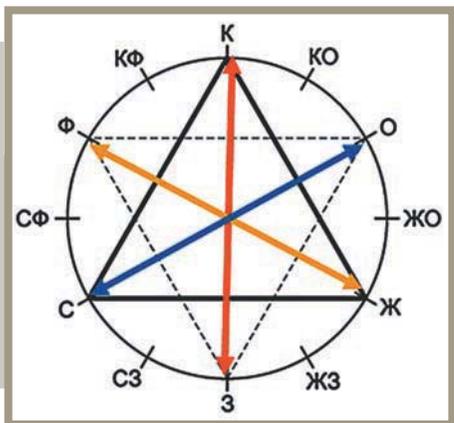


Цветовой акцент в композиции. Образ и цвет в дизайне

Цвет способен активно влиять на деятельность человека. Физики говорят о цвете как о результате разложения белого света; художники, дизайнеры, архитекторы рассматривают цвет как краску. Таким образом, речь идёт то о краске, то о цветном луче. На самом деле цвет — результат физиологического воздействия и того, и другого на сетчатку глаза. Следовательно, **цвет** — это ощущение. Цвет — свойство тел вызывать то или иное зрительное ощущение в соответствии со спектральным составом отражаемого или излучаемого ими света.

«На вкус и цвет товарищей нет», — говорит пословица. Хотя восприятие цвета в какой-то степени и субъективно, но в общем у разных людей сходно. Дизайнеру и художнику нужно уметь определять свои ощущения цвета, знать его свойства и качества, чтобы пользоваться им в своей работе.

Три цвета — красный, синий и жёлтый — основные цвета, их смешение практически даёт все цвета. Считается, что они являются основой нашей способности воспринимать и различать цвета и оттенки.



В первом рисунке (см. с. 52) изображён треугольник, его вершины — **основные цвета**, в серединах его сторон — **составные цвета**, которые получились от смешения основных цветов. Красный цвет с жёлтым дали оранжевый, жёлтый с синим — зелёный, а синий с красным — фиолетовый. Те цвета, которые находятся диаметрально противоположно (например, синий и оранжевый), **контрастны**, но **гармонично сочетаемы**. Это **дополнительные цвета**. Однако при смешении между собой они дают серый цвет.

Существуют общепризнанные *закономерности гармонии цветов*. Назовём наиболее употребительные.

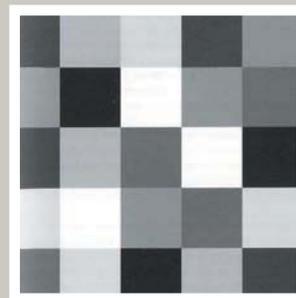
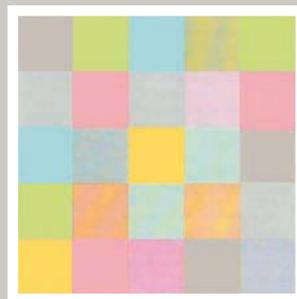
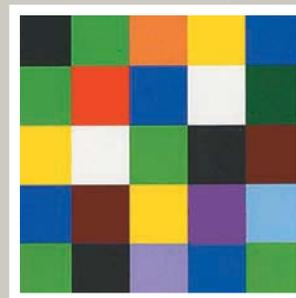
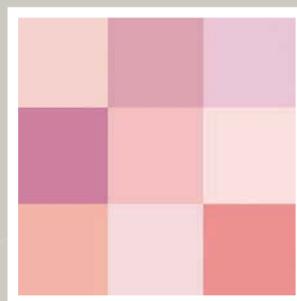
1. Градация цвета — иначе говоря, гармония более яркого и менее яркого, но одного и того же цвета (например, светло-жёлтого с тёмно-жёлтого).

2. Цветовой контраст. Гармония цветов, разместившихся напротив друг друга в цветовом круге.

3. Цветовой нюанс — гармония двух рядом расположенных в цветовом круге (сближенных) цветов. Нюансные цвета привести в гармонию сравнительно легче, чем контрастные, но это не означает, что их чаще выбирают дизайнеры.

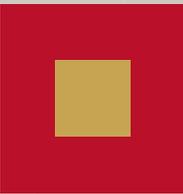
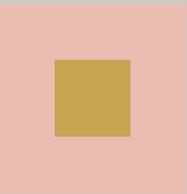
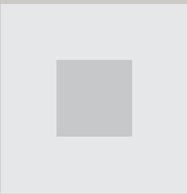
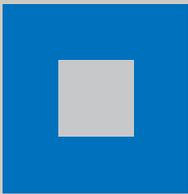
4. Сочетание цвета или его оттенка (хроматического тона) с ахроматическим (чёрным или белым). Кстати, чистыми цветами в архитектуре практически почти не пользуются, к ним добавляют ахроматические тона (белый, серый, чёрный), в большинстве случаев — белый.

В дизайне и архитектуре приходится учитывать *психологическое воздействие цвета*. Вы уже знакомы с *тёплыми* и *холодными* цветами. Человек, находясь в помещении с синеватыми или голубыми стенами, может жаловаться на холод, хотя температура его тела не меняется ни на градус, а если он перейдёт в оранжевое помещение, то скажет, что здесь теплее.





Замечено также, что цвета могут быть *лёгкими* и *тяжёлыми*. При одинаковом весе фиолетовый ящик будет ощущаться более тяжёлым при переноске, чем белый или жёлтый.



Восприятие серого и бежевого квадратиков меняется в зависимости от фона, на котором они расположены ▲

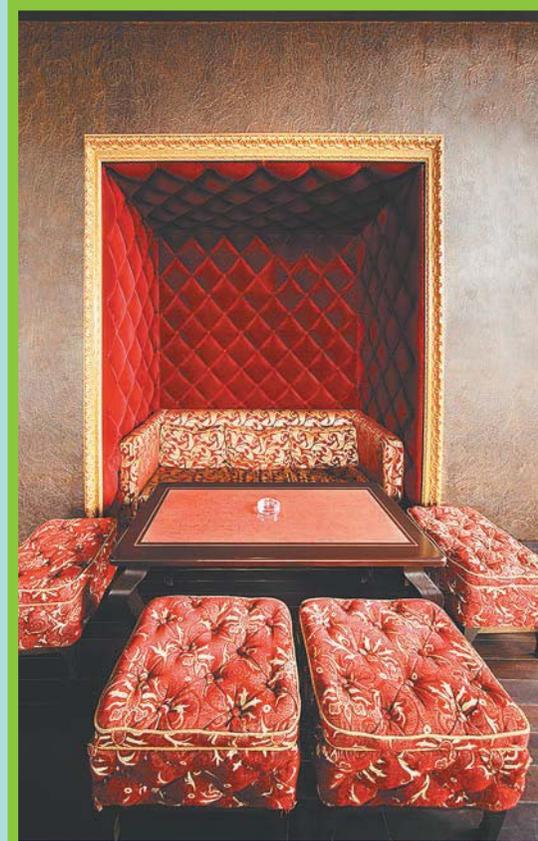
Цвета могут быть *выступающими* (например, жёлтый или красный на светлом фоне или оранжевый на чёрном) или *отступающими* (например, синий, зелёный). Поэтому голубые стены в помещении психологически как бы увеличивают пространство.

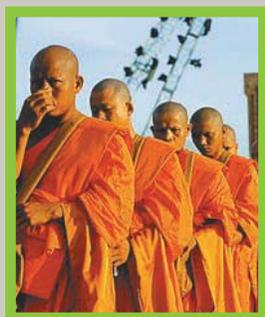
Серый квадратик кажется выступающим на голубом «отступающем» фоне, но он же, будучи холодным по сравнению с более тёплым полем, кажется «отступающим».

Большое значение имеет *положение в пространстве*, так как цвет может оказывать различное воздействие в зависимости от того, как и где он употреблён: в интерьере около потолка или пола, широкой или узкой полосой, на вертикальной или горизонтальной плоскости. Например, люди будут по-разному себя чувствовать, находясь на голубом или коричневом полу. Светло-жёлтый низ стены рождает ощущение хрупкости и беспокойства, но тот же тон на верху стены вызывает мысли о свете и большем пространстве.



Ярко-красная ниша — доминанта в интерьере ▼





Форма цветового пятна — окрашенной поверхности — тоже играет свою роль. Один и тот же цвет может оказывать разное воздействие в зависимости от массы пятна и от его контуров — мягких или резких.

Цвета могут сильно изменить вид и воздействие на нас *объёмов*. Гармоничное сочетание мягких и приятных цветов может сгладить впечатление от резких граней и изломов формы.

Постарайтесь представить себе, какое у вас будет впечатление, например, от углубления в предмете или ниши в стене, выкрашенной в холодный цвет, или от такой же ниши или углубления ярко-красного цвета.

Отношение к цвету часто связано с культурными традициями. Существует *символика цвета*: в Европе чёрный цвет — цвет траура, но у японцев цвет траура — белый. Красный цвет применяется в качестве предупреждения или запрещения; красным цветом красят, например, пожарные машины. Жёлтый цвет также имеет символику предупреждения, жёлтый с чёрным — знак запрета.



Все цвета оказывают разное **воздействие на человека**.

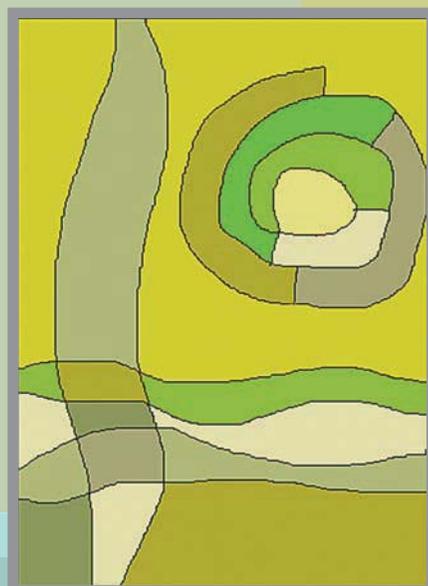
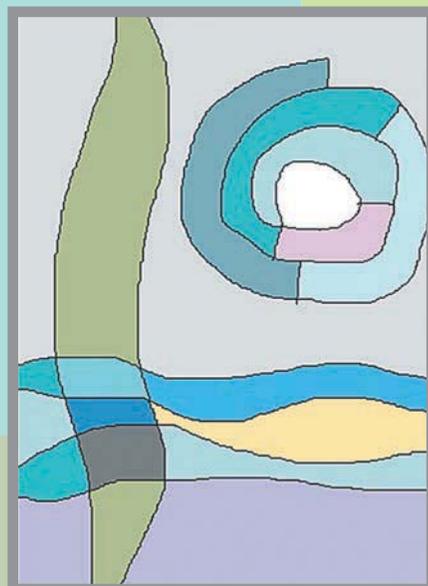
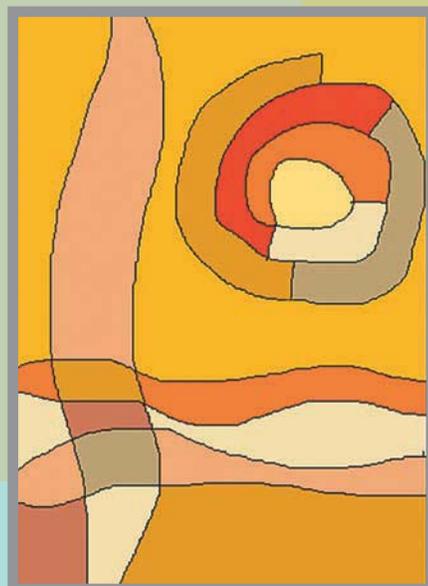
Красный цвет, цвет огня и крови, вызывает ощущение тепла, мускульного напряжения, учащает ритм сердца, повышает давление. Длительное пребывание в красном помещении приводит людей к частым конфликтам.

Голубой цвет обычно вызывает воспоминание о небе или воде, он светлый, прозрачный, понижает давление, успокаивает.

Синий и фиолетовый цвета также действуют успокаивающе. Были эксперименты в психических клиниках, когда возбуждённых больных помещали в синие комнаты с синими стёклами на окнах, и они приходили в норму, а в фиолетовых даже впадали в подавленное состояние.

Жёлтый цвет — цвет хорошего настроения и веселья; он стимулирует зрение и умственную деятельность.

Оранжевый цвет хорош, например, для кафе: улучшает аппетит и пищеварение, вызывает лёгкое возбуждение, усиливает кровообращение, клиент хорошо кушает и... надолго не задерживается.



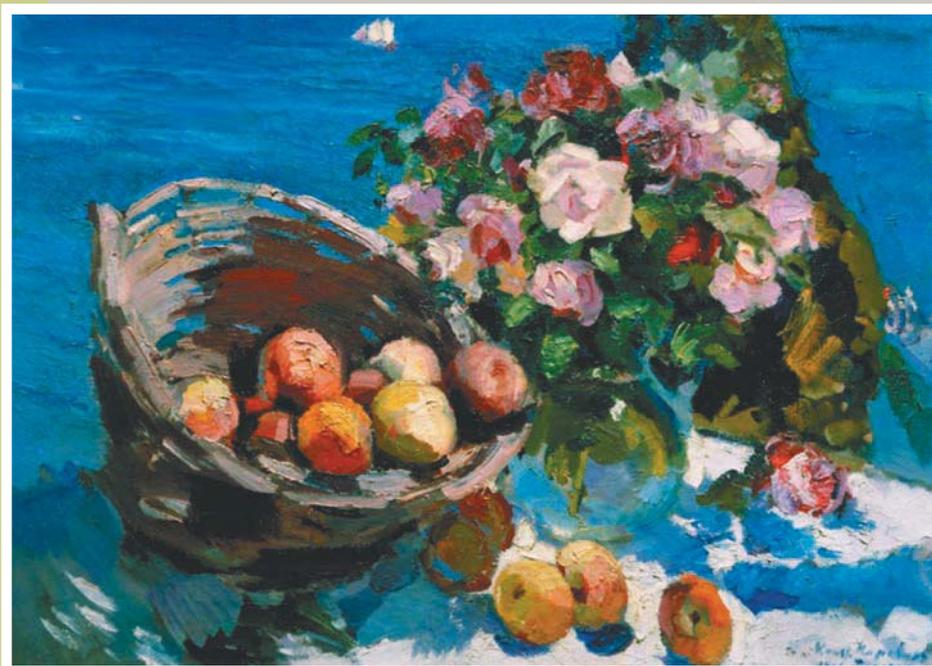


Центрическая и полицентрическая композиции

Зелёный цвет — успокаивающий цвет природы — даёт некоторый отдых уму, пробуждает в человеке терпение, считается оптимальным цветом. Однако, если окрасить зелёной масляной краской комнату, это будет практично, но как в казарме, и приятного чувства не вызовет.

Тот же зелёный матовый цвет воспринимается гораздо лучше. Свою роль здесь играет *фактура* цветового покрытия. Она бывает *зеркальная*, *матовая* и *смешанная* в зависимости от способности отражать свет.

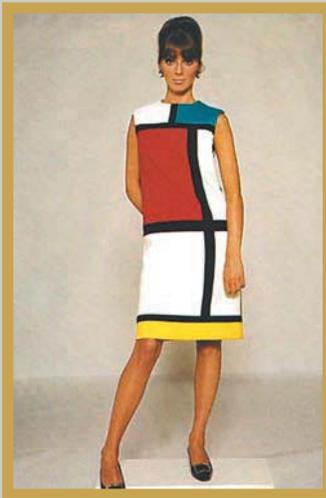
Способ применения цвета в дизайне и архитектуре иной, нежели в живописи. Если в живописи присутствует множество оттенков, нюансов цвета, разнообразных мазков кисти, то в дизайне и архитектуре цвет применяется в виде *локальных, однородно окрашенных поверхностей*.



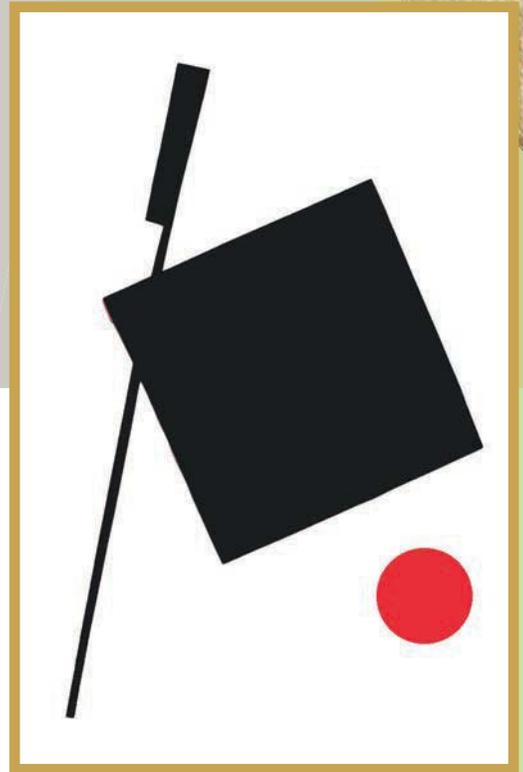
К. А. Коровин.
Гурзуф.
Масло



«Гобелен».
Студенческая работа



Платье из коллекции
«Мондриан» Ив Сен-Лорана



Цветовой акцент
в композиции

Подбор цвета — достаточно трудная задача. Здесь нужно учитывать и различие вкусов, в особенности, если дело касается интерьера жилища. Цвет часто воспринимается в сочетании с другими смежными цветами, и поэтому часто речь идёт о «красивом» или «некрасивом» *цветосочетании*, «удачном» или «неудачном» *колорите*.

Приступая к окраске, делают эскиз распределения цвета на том или ином объекте, при помощи которого подбирают цвета, делают цветовую *раскладку*.



Дизайнер работает
с цветовым кругом



Цветовая раскладка
интерьера (по ассоциации)

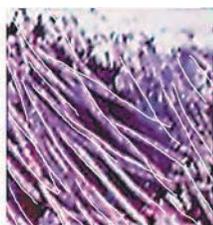
ЗАДАНИЯ

1. Создайте композицию из двух-трёх прямоугольников, трёх-четырёх прямых линий и небольшого цветного кружка, который должен стать акцентом в композиции. Постарайтесь добиться эмоционально-цветового преобразования плоскости (её зрительного «расширения», или «замкнутости» и т. д.).

2. Используя опыт предыдущих работ, на чёрном или белом фоне создайте композицию из цветных линий, прямоугольников и кругов. Выполните композицию **в тёплой или холодной гамме**. При помощи ритмического построения цветowych пятен постарайтесь решить в композиции различные эмоционально-образные задачи (создать, например, образ радости, строгости, печали и т. д.).

3. Создайте композицию из произвольного количества разнообразных фигур *по принципу цветовой гармонии или контраста*. Работу выполните на цветном фоне. В качестве темы композиции возьмите музыку: джаз или классику.

4. Поупражняйтесь в поиске цветового выражения различных эмоциональных состояний. Рассмотрите варианты изображения.



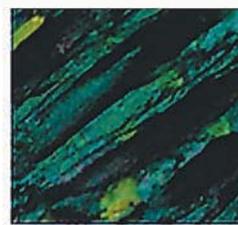
быстрый



медленный



радость



грусть



нежный



грубый



бодрость



усталость

Работу выполните гуашью или акварелью на бумаге любого формата.

«Вначале было Слово...» Но мы обратимся к букве. **Буква** — зафиксированный в письменном виде звук. Вы когда-нибудь задумывались, как возникли буквы? Для занимающихся этим учёных почти всё ясно: сначала всю информацию обозначали рисунками, а затем уже эти рисунки превратились в буквы.

Вот два достаточно ярких тому примера:

-  — так в египетских письменах обозначался бык: «алеф» (а ведь похож!);
-  — греки фактически «перевернули» голову быка, получилась буква «альфа»;
-  — в Египте «маим» — вода;
-  — те же волны (только две штуки), но в греческом языке это буква «мю».

Японские или китайские иероглифы, на которые мы смотрим как на абстракцию из чёрточек, являются изображением либо слога, либо слова, а иногда — целого понятия.



Средневековый готический шрифт с изящными, но острыми, «колючими» буквами удивительно сочетается с архитектурой этой эпохи. Здесь каждая буква — произведение графического искусства.



Можно сказать, что буква — это композиция, имеющая свою «архитектурную» конструкцию. Мы видим и вертикальные опоры, и горизонтальные перекрытия, верх и низ, соотношения высоты и ширины, толщину начертания, а также свои пустоты — внутрибуквенные просветы. Буквы с одинаковым по стилю и пропорциям начертанием образуют **шрифт**.

ШРИФТ ШРИФТ
ШРИФТ ШРИФТ
ШРИФТ Шрифт

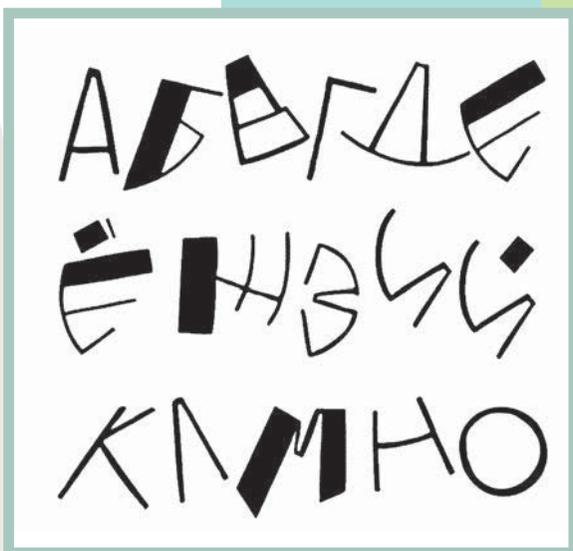
А Б В Г Д Е И
 Ж З К Л М Н

**AVANT
 GARDE**

Гарнитура — комплект шрифтов различного начертания (прямой, полужирный, курсив), но одинаковых по характеру рисунка. **Кегль** — размер буквы или знака по вертикали — представляет собой расстояние между нижними и верхними выносными элементами. Шрифты определённого кегля носят специальные названия: корпус, петит, нон-парель и др.

В рукописную пору своего существования шрифт осваивался немногими. Писцы были представителями отдельной профессии. Virtuозное по красоте написание шрифта называлось *каллиграфией*. Востребованность её в наши дни в связи с компьютеризацией невелика. Но культура шрифта, понимание и ощущение его стиля — неотъемлемая и важная часть общей художественной культуры. Шрифт продолжает развиваться, он создаётся художниками для удовлетворения потребностей изменяющейся художественной культуры.

Авторские гарнитуры шрифтов

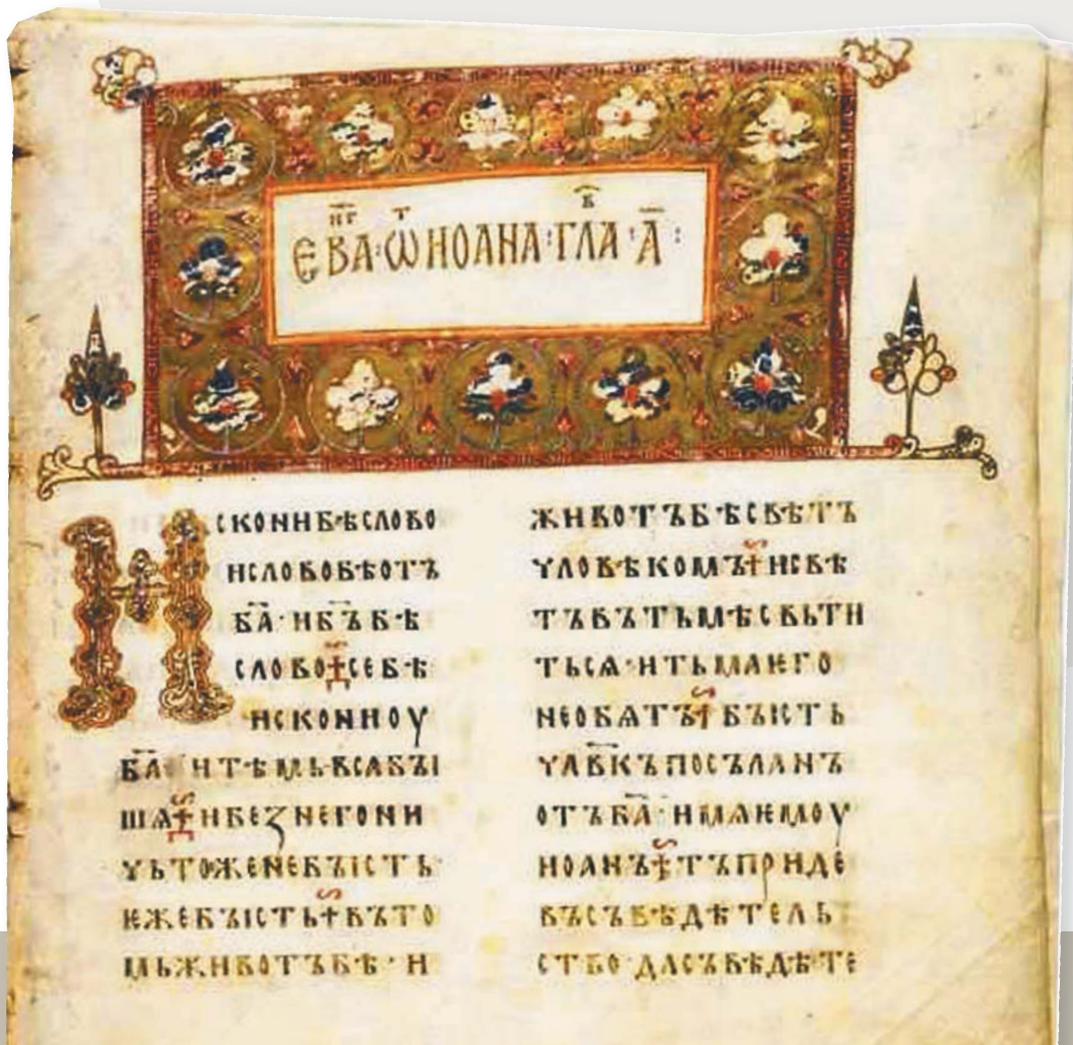




Шрифт красив сам по себе как изображение, но всё же это искусство прикладное: он «работает» в книге, особенно в названии (на обложке и титульном листе). Он бывает «штучным», выражающим содержание именно этой книги, для неё и созданным. Слово и изображение тесно сотрудничают во всей полиграфической продукции.

Для украшения книг используется **буквица** — первая буква текста. Буквица выделяется величиной, цветом и орнаментом. Особенно выразительные буквицы можно увидеть в старинных книгах.

Страница из старинного издания Евангелия





В наше время часто первая буква **логотипа** — слова, служащего названием фирмы, предприятия и т. д., используется в качестве *фирменного знака, эмблемы*. Иногда к этой букве добавляется некий графический символ.

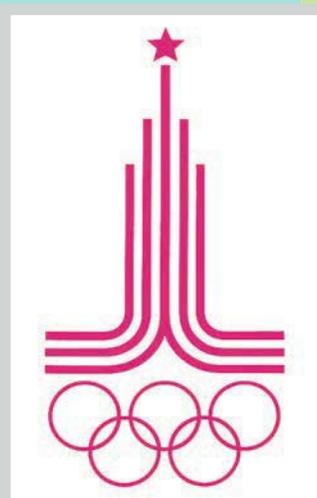
Начертание буквы, её характер и стиль должны соответствовать «содержанию» того предприятия, знаком которого она служит. Нельзя, например, вывеску «Полиция» написать шрифтом, который подошёл бы для детских журналов «Мурзилка» или «Весёлые картинки».

Очень важно подобрать *характер шрифта*: тяжёлый и приземистый или лёгкий и ажурный, скруглённый или рубленый, ясно читаемый или орнаментально-декоративный.

Важно выявить, какими приёмами достигается тот или иной характер шрифта и как соблюдать единство стиля в начертании букв одной *шрифтовой гарнитурой*. При этом можно опираться на представленные здесь изображения, а также самостоятельно приготовить в виде вырезок кассу с образцами, поискать интересные шрифты на сайтах в Интернете.

Буквы для композиционных упражнений рисовать или вырезать из цветной бумаги не следует: это потребует много времени и отвлечёт от компоновки. Строки текста (берутся произвольными, вне смысла) вырезаются из периодических изданий или печатаются на принтере. Фон, на котором расположен текст, должен максимально совпадать с основным фоном композиции.

Ваша задача — сочинение эмблемы и товарного знака. Важно обращать внимание на использование метафоры в изображениях, на их обобщённость и стилизацию.





Логотипы спортивного клуба, различных организаций и фирм, учебного заведения, XXII Летних Олимпийских игр в Москве (1980 г.)

Эмблема или знак могут состоять из одной буквы (Т — такси, М — метро и т. д.), из нескольких букв (МГУ, МТС и т. д.), могут быть в виде слова (логотип) («Орион», «Ариель», «Звезда» и т. д.) или в виде сочетания слова или буквы с условным, лаконичным изображением.

Знаки различаются связью между их формой и тем, что они обозначают.

Иконические знаки — знаки, которые имеют форму, похожую на отображаемый объект. Иконические знаки вы часто видите на улицах: дорожный знак перехода или «Осторожно, дети», знак «Ведутся дорожные работы», на котором изображён человек с лопатой и т. д.

Знак-символ характеризуется отсутствием прямой непосредственной связи с обозначаемым объектом. Тем не менее связь декоративного пятна и логотипа не бывает случайной, она тщательно продумывается дизайнером, выбирается пятно-символ.

Необходимо развивать графические навыки стилизации изображений людей, фауны и флоры, предметов быта и т. д. для использования их в создании товарных знаков и эмблем. Рисуйте «вживую» на бумаге, а на компьютере лучше окончательно отделять рисунок.



ЗАДАНИЯ

Предлагаемые задания можно выполнять из бумаги и на бумаге, но с таким же успехом их можно выполнить на компьютере. Все строки и тексты не должны специально подбираться по смыслу и тематике. Задания имеют одну цель — создание выразительной и сбалансированной *композиции*.

1. Создайте композицию из прямоугольников, линий, круга и буквы, являющейся композиционной и цветовой доминантой (фон по выбору):

а) композицию, в которой роль линий разной толщины и длины будут выполнять строки, составляющие единое графическое целое с другими элементами. Буквы в строках должны «вырастать» из фона, а не располагаться на полосках, отделяющихся по цвету от фона;

б) композицию, аналогичную предыдущей, но с использованием форм различной конфигурации, в том числе пятен произвольной формы из предыдущих заданий.

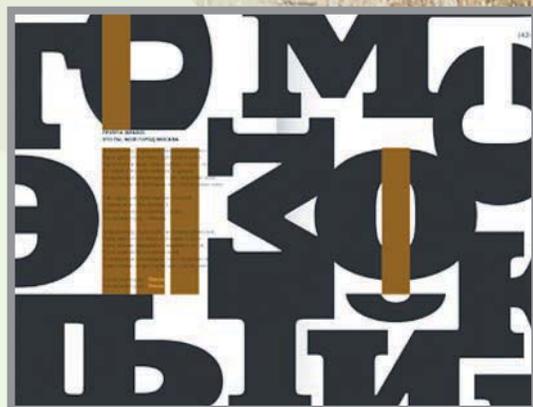
2. Определите графические особенности трёх-четырёх шрифтов из книг, журналов, газет, рекламных объявлений. Проанализируйте взаимосвязь формы, архитектуры шрифта и смыслового содержания текста. Напишите небольшую исследовательскую работу.

3. Сделайте декоративную по своему характеру цветовую композицию из разновеликих букв.

4. Создайте свой, авторский тематический шрифт, каждая буква которого имеет изобразительный характер (например, буквы из музыкальных инструментов, буквы — клоуны, буквы — обитатели подводного мира).

5. По предварительному карандашному эскизу сделайте стилизованное, обобщённое, доведённое до знака изображение какого-либо объекта из животного, растительного или предметного мира.

6. Создайте эскиз эмблемы или торговой марки, состоящей из одной буквы, короткого слова и символического изображения.



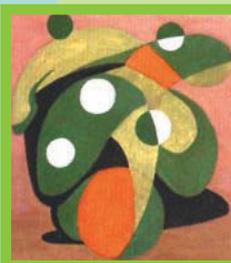
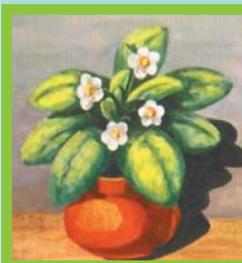
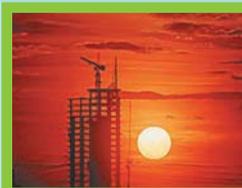
Стилизация изображений.

Пиктограммы

Основные композиционные элементы в графическом дизайне (точка, пятно, линия) — плоскостные фигуры. Но иногда дизайнеру бывает необходимо создать ощущение объёма, пространства и даже космической бездны.

Язык плаката, книги условен. Он предлагает зрителю некий обобщённый образ, поэтому реальные объёмы и пространство могут изображаться с помощью линий и плоскостей условно и метафорично. В связи с этим стоит поговорить о стилизации.

Стилизация — декоративное обобщение изображаемых фигур, предметов, пейзажей и т. д. с помощью упрощения рисунка, контура и формы, цветовых и объёмных соотношений и прочих условных приёмов. Стилизация — необходимый метод декоративного искусства, плаката; это метод ритмической организации композиции.



▲ А. А. Экстер. Ширма «Нарцисс»

Стилизованные изображения могут пригодиться для создания настенных гобеленов, панно





Стилизация помогает создавать информационное поле в современных городах и сёлах. Нас окружает, помогая ориентироваться в том или ином пространстве, масса упрощённых изображений, которые называются *пиктограммы*.

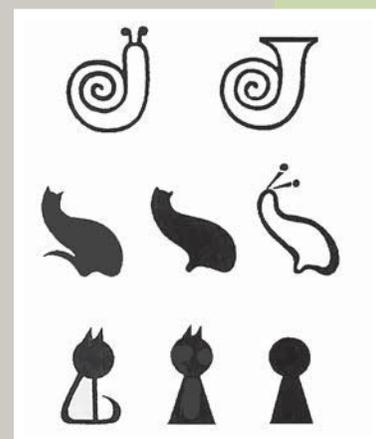
Пиктограмма (от лат. *pictus* — рисованный и греч. *грамма* — запись) — схематическое изображение различных предметов и явлений, подчёркивающее какие-то их типичные черты. Качество графики приведённых здесь пиктограмм говорит о достаточно высоком профессиональном уровне дизайнеров. Изображения людей и предметов обобщены и стилизованы до знакового уровня. Это удобные для быстрого восприятия композиции.

Спортивная серия пиктограмм представляет различные виды спорта, располагающиеся на экранах телевизоров, значках, вымпелах, афишах соревнований и т. д. Эти пиктограммы интересны по композиции: в них уравновешенная динамика. В общем, пиктограммы — это целая сфера художественно-проектной дизайнерской деятельности по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды.

Разглядывая ещё более подробно пиктограммы, можно заметить, что некоторые элементы изображения повторяются в разных пиктограммах (например, стул, одинаковая поза человечка, кран).

Все силуэты фигурок унифицированы: это может быть один и тот же по пропорциям человек в разных позах и ситуациях. Такие изображения можно назвать *модульными*.

▲
В пиктограммах используются стилизованные изображения людей, предметов, животных
▼



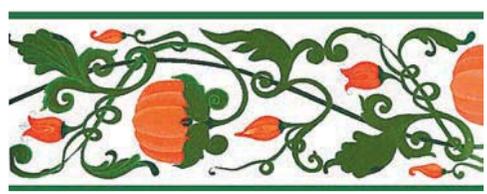
Модуль (от лат. *modulus* — «маленькая мера») — одинаковые или единообразные составные части чего-то целого.

В графическом дизайне *модуль* применяется не только в пиктограммах, но и при сочинении различных *узоров и орнаментов*. Области их применения самые разные: от рамок на открытках, украшений различных предметов и одежды до оформления целых архитектурных сооружений. В *узоре* его части могут иметь произвольное расположение, а в *орнаменте* обязательно присутствует метрическое чередование фрагментов.

Слово *орнамент* образовано от латинского слова *ornamentum*, которое переводится как украшение. В зависимости от характера предмета орнамент может быть исполнен в самых разных техниках и различными материалами. Модули, из которых построен орнамент, — это стилизованные изображения, порой доведённые до геометризма.

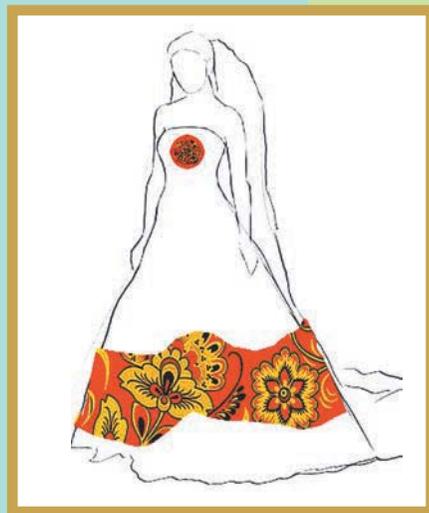
Можно выделить **три основные типа орнаментов**:

■ *орнамент в полосе* с линейным вертикальным или горизонтальным чередованием модулей (ленточный). Это фриз, каймы, обрамления и т. п.;



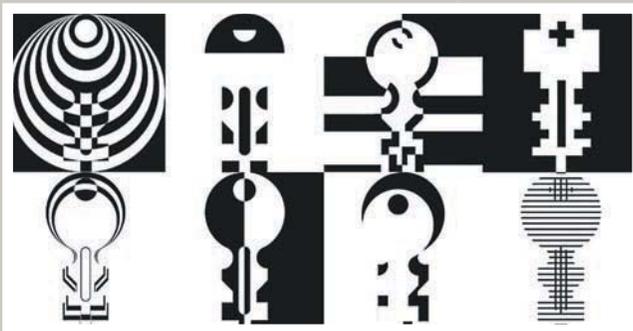
■ *замкнутый орнамент*. Он komponуется в прямоугольнике, квадрате или круге;

■ *сетчатый, или раппортный, орнамент*. Модули в нём повторяются и по вертикали, и по горизонтали; этот орнамент бесконечен во всех направлениях.



ЗАДАНИЯ

1. При помощи точки (или нескольких разновеликих точек) и линий создайте в композиции ощущение пространства, используя цвет.
2. Создайте в композиции впечатление пространства при помощи цветовых плоскостей, линий, кругов.
3. По сделанному предварительно рисунку или по фотографии при помощи цвета (градиентного, сближенного или контрастного) сделайте *стилизованное изображение* предмета или натюрморта, насекомого или животного, пейзажа или дизайнерского объекта. Это задание вы можете выполнить красками, в технике аппликации, в смешанной технике или на компьютере.
4. Сделайте композицию *в жанре opart* (оптического искусства): композицию из стилизованных растений, животных и т. п. или геометрическую, абстрактную композицию.
5. Сделайте свою *орнаментальную композицию* (рисунок для обоев, ткани и т. п.), состоящую из повторяющихся изобразительных модулей. На компьютере скопируйте модель женской одежды и украсьте её орнаментальным принтом.
6. Сделайте проект городского визуального навигатора, указательной конструкции с *пиктограммами*, например для торгового центра, городского санатория, зоопарка и т. д. Указывающие слова вы можете вырезать из журналов или набрать на компьютере, но пиктограммы придумайте свои.



Стилизация изображения пространства, предметов

Глава 3.

Пространственное формообразование в дизайне.

Композиция в объёме



От плоскостного изображения к объёму и пространству.

«Драматургия» геометрии

Разговор об основах композиции был бы неполным, если бы мы не перешли к пространственной композиции.

Пространственная композиция — это компоновка расположения объёмов в пространстве. Композиционные принципы достаточно универсальны и, в общем-то, применимы как к плоскостным, так и к объёмно-пространственным объектам. *Симметрия и динамическое равновесие, сгущённость и разрежённость, композиционная доминанта, ритм* и т. д. — всё это можно наблюдать и в дизайнерских объектах, и в архитектурных сооружениях.

Чертёж — это перевод объёмно-трёхмерного мира на язык плоскостной графики. Но и плоскостное изображение, в свою очередь, может быть переведено в трёхмерное. Композиционные упражнения, которые вы делали на плоскости, можно рассматривать как чертежи для создания **макетов** самых разных вещей и зданий.

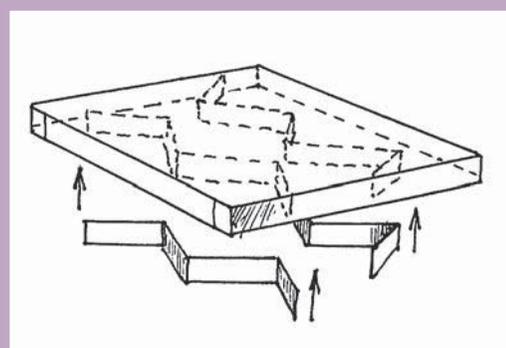
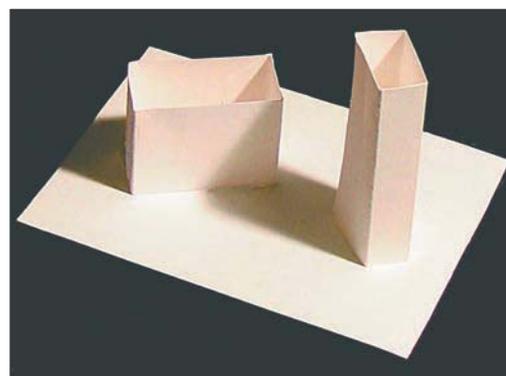
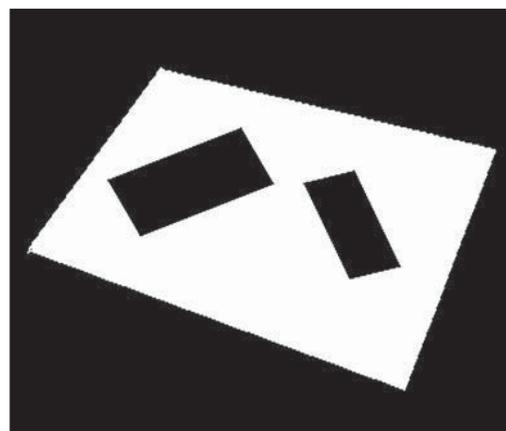
Первое упражнение с прямоугольниками, несмотря на его простоту, вводит в постепенное овладение пространством. Здесь идёт поиск композиционного соответствия формата и одного сооружения — параллелепипеда, а затем двух и трёх таких «домиков». Этот пример даёт первое представление о пространственной композиции. Компоновка трёх элементов уже позволит создавать некий *силуэтный композиционный ритм* высот домов и их расположения в пространстве.

Дома, «выращенные»
из прямоугольников ▶

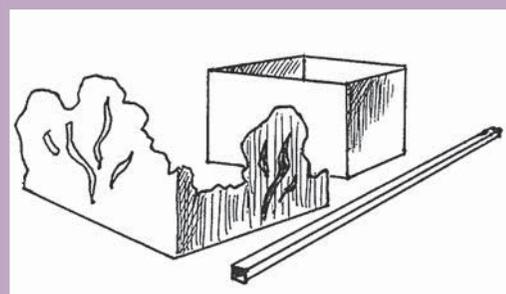
Макеты, которые вам предлагается выполнить, представляют собой достаточно быстрые эскизы из бумаги. «Дома», преобразованные из прямоугольников, делаются из полоски плотной бумаги и приклеиваются к основанию лишь нижней кромкой, намазанной клеем. В качестве основания лучше делать *подмакетники*. Они представляют собой выбранный формат плотной бумаги с загнутыми краями (0,5 см), скреплёнными по углам и приклеенной снизу «ребром» полоской бумаги для жёсткости. Можно сделать подмакетники из обычного упаковочного картона.

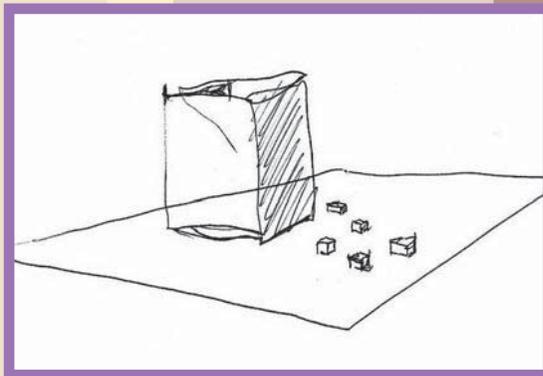
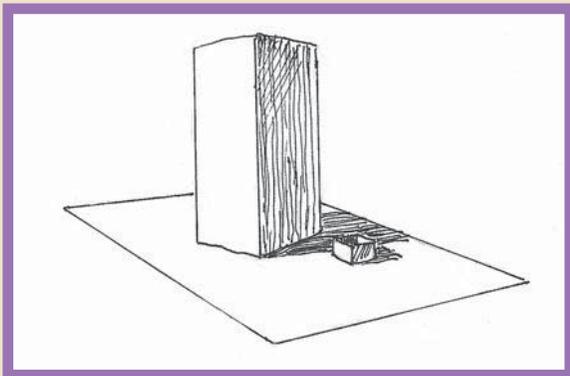
Используемая полоска бумаги может быть крепёжной полоской в подмакетнике, стеной дома-параллелепипеда (без крыши), башней или балкой в фермовой конструкции. Полоской бумаги изображаются также ограды, а иногда — деревья и кустарники (всё это сгибается из полос бумаги разной ширины и профиля). Все сгибы бумаги при макетировании лучше делать слегка процарапывая их предварительно ножом по линейке с оборотной стороны.

Всё из разных по ширине
(высоте) полосок бумаги ▶



▶ Подмакетник с жёстким каркасом



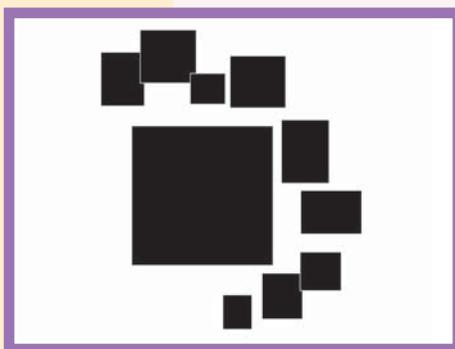
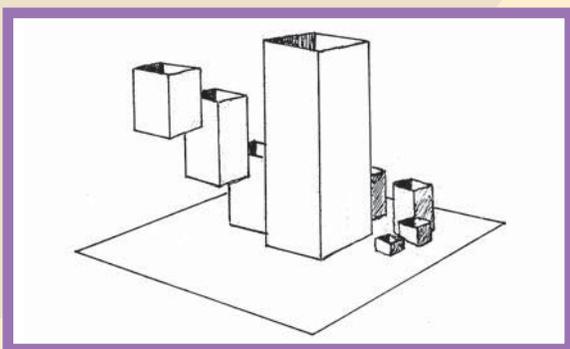


Теперь поговорим о **«драматургии» геометрической композиции**. Контраст величин и взаимное расположение простых параллелепипедов и кубиков порождают самые разные зрительные ощущения и ассоциации. Дизайнер и архитектор, создавая пространственную среду, как бы режиссируют, программируют эти ощущения. Но о выстраивании дизайна среды подробнее мы поговорим позже.

А пока представим в виде быстрых макетов «драматические ситуации» из домов.

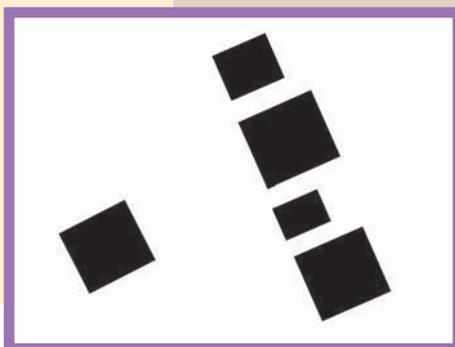
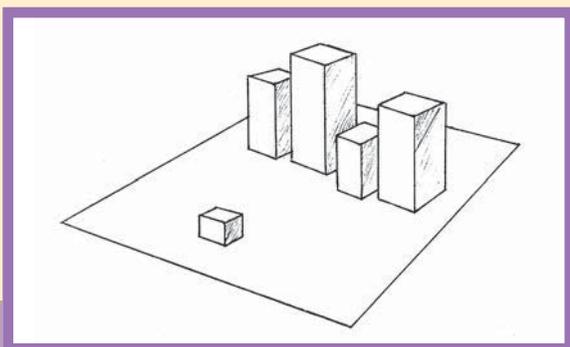
Например:

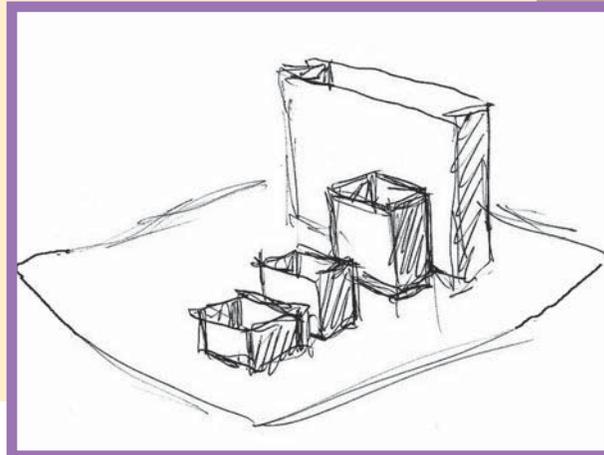
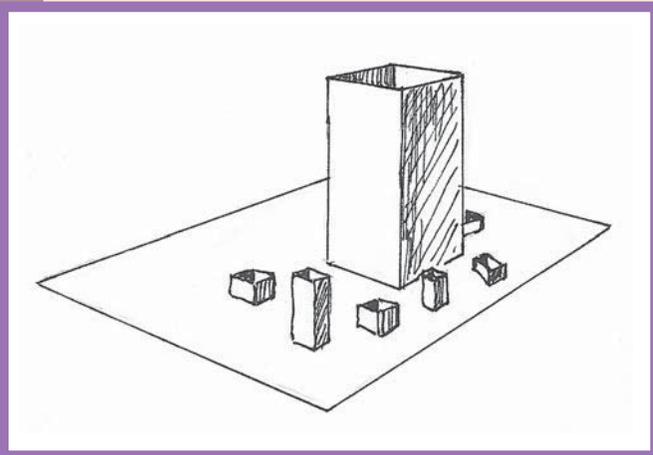
1. Контраст величин (назовём такое расположение «Слон и Моська» или «Дом уходит в небо»).



2. «Слушать приказ!»

Варианты ситуаций можете нафантазировать самые разные (ещё пример: «Раскол», «Встреча» и т. д.).





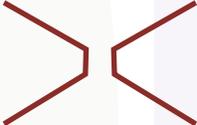
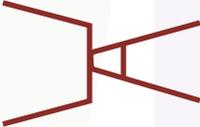
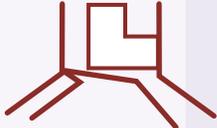
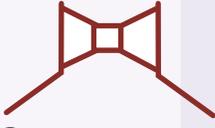
Создание и восприятие пространственной композиции зависит ещё и от *выбора оптимальной точки зрения*. Сейчас мы смотрим на эти макетные сооружения как бы с птичьего полёта. Но представьте себе, что это реальные дома и представьте себя, идущим среди них. Замечено, что композиция архитектурного ансамбля воспринимается через его общий абрис, силуэт. И от вас зависит — будете ли вы идти среди домов, которые напоминают военные казармы и бараки, или по живописной улице с разновеликими домами.

На таблице (см. с. 76), названной «Смысловая нагрузка и неглазная команда пространства» (по Б. Кочневу), обозначено то *влияние архитектурной среды*, которое испытывает человек, находящийся в городском пространстве.

Рассмотрите таблицу повнимательнее. Вообразите себя на этих улицах и площадях и по выбору воплотите в макете две-три «неглазные команды». Вы можете сделать одну композицию из «кубиков», а вторую — вырезав плоские силуэты уличных домов и расставив их как театральные декорации.



▲ Силуэты в макете делайте из бумаги

Площади	«Карманы»	Улицы	Раскрытия
 Стоп!	 Добро пожаловать!	 Бегом марш!	 Агрессивное
 Квадратная площадь	 Расслабленное объятие	 Резкое приглашение	 Акцентирующее
 Круглая площадь	 Нежное объятие	 Нежное приглашение	 Замыкающее
			 Направляющее

▲ Смысловая нагрузка и негласная команда пространства

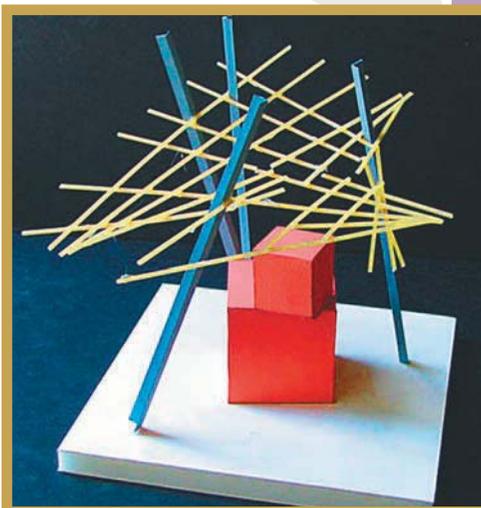
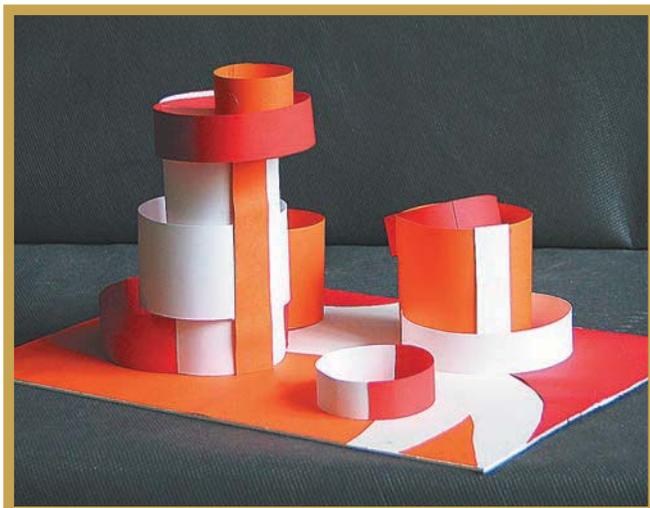
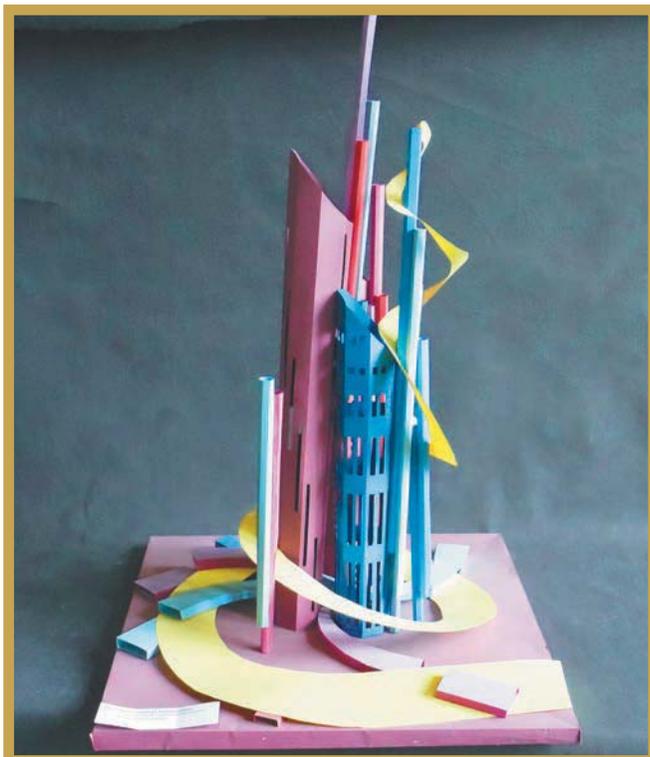
ЗАДАНИЯ

1. Придумайте, нарисуйте, а затем сделайте небольшие *макеты* двух-трёх разных по конфигурации домов, крыши которых сливаются при виде сверху в простой прямоугольник.

Сделайте подобные зарисовки возможной «расшифровки» произвольной (одной и той же) композиции из прямоугольников, кругов и линий (две-три штуки). Наиболее удачную зарисовку воплотите в пространственном макете.



2. Создайте ритмически сбалансированную *композицию* из цилиндров и вертикалей разной высоты и диаметра путём противопоставления сгущённости и разрежённости в их расположении. Добейтесь динамического равновесия форм и пространства. Цилиндр можно сделать из полоски бумаги, а вертикаль — из палочки или трубочки. Для создания зрительного контраста в композицию может быть включён шар, соразмерный остальным элементам и пространству поля.



Поверхность и фактура. Усложнение плоскости.

Прикладные свойства бумаги в композиции рельефа

Дизайнеры, работающие, например, в рекламе, довольно часто делают полубъёмные, рельефные композиции из бумаги и картона либо коллажи из иных материалов или их сочетаний с бумагой. Это необходимо при создании выставочной среды, оформлении торговой витрины.

С бумагой вы имеете дело уже давно и знаете, что бумагу можно рвать, мять, пачкать и даже жечь. Давайте проделаем с ней то же самое, но на «сознательном» уровне. Рвать её — дело нехитрое, но мять и сгибать можно по-разному.

Вот, например, бумагу смяли, а затем покрыли краской и сделали отпечаток на другой, гладкой бумаге (рис. 1). А здесь мятую бумагу использовали в эскизах костюмов (рис. 2).



Рис. 1

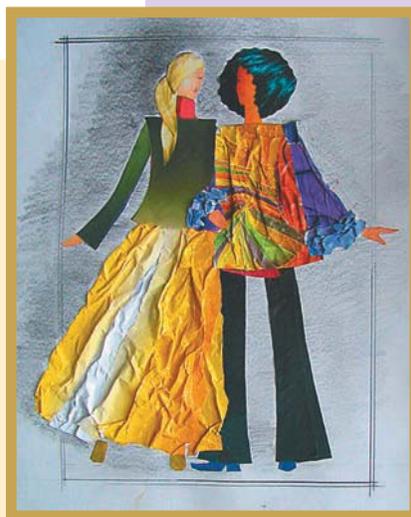
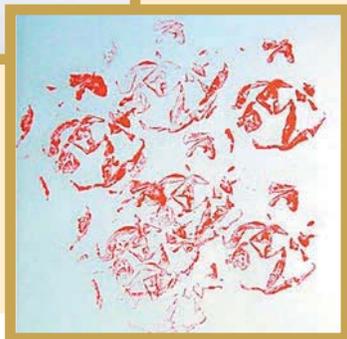
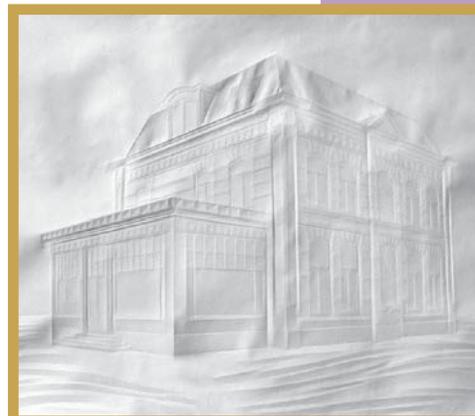


Рис. 2

Мять бумагу можно и строго по контурам рисунка, но делать это нужно чем-то острым и с обратной стороны бумаги, не прорезая контур, но выдавливая его. Получается некое подобие рельефа или чеканки (рис. 3). Вот пример того, как можно «художественно» рвать бумагу (рис. 4). Далее показано, как можно сгибать бумагу при изготовлении рельефов на макетах, предварительно процарапывая места сгибов на оборотной стороне бумаги (рис. 5).



▲
Рис. 3



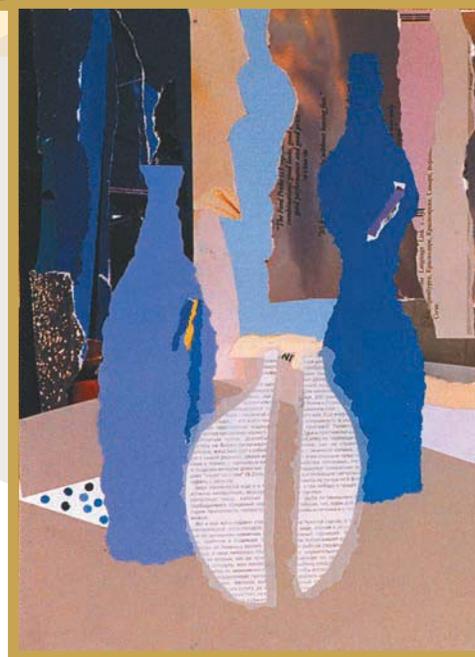
▲
Рис. 5

Во всех приведённых примерах разными способами изменена гладкая *фактура бумаги*.

Фактура — свойство, характеризующее внешнее строение поверхности формы (поверхность может быть шероховатая, гладкая и др.). Фактурность материала зависит от плотности и величины искажений поверхности. Проще говоря, фактура — это то, что мы определяем, прикасаясь к поверхности. Мы ощущаем, что эта поверхность действительно шершавая или гладкая, колючая или ворсистая: в данном случае можно сказать, что мы будем делать *фактуровку* гладкой бумаги.

Чтобы научиться управлять равновесием в композиции, почувствовать динамику, ритм и доминанту, продолжим делать декоративные композиции абстрактного характера.

Помимо разнофактурной бумаги при создании композиций можно использовать различные верёвочки, нити, кусочки ткани и пр. Особое внимание обратите на аккуратность выполнения работы, а также на то, что полоски бумаги можно приклеивать, ставя их на ребро и намазывая клеем только само ребро.



▼ Рис. 4 ▲





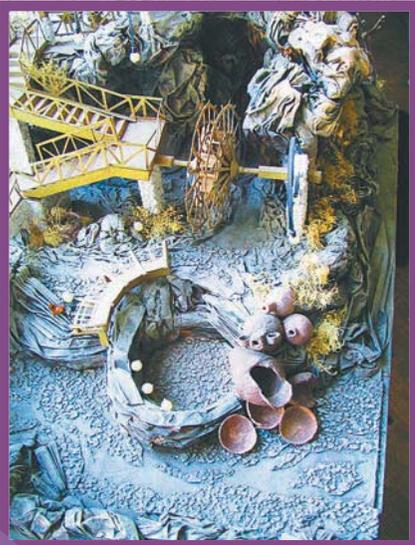
Использование прикладных свойств бумаги в различных рельефных композициях

ЗАДАНИЯ

1. Выполните *рельеф* из бумаги разной фактуры, а также из других материалов (в технике коллажа).
2. Выполните *пейзаж* (или натюрморт, портрет) в технике аппликации из рваной цветной бумаги и обрывков текстовых материалов (можно использовать старые газеты и журналы).
3. Создайте *рельефные орнаменты* (элементы орнамента) при помощи процарапывания и сгибания бумаги.
4. Добейтесь *фактурной поверхности* при помощи бумажной полоски, приклеенной ребром.
5. Создайте *тематическую рельефную композицию* в технике коллажа, используя различные приёмы работы с бумагой, а также разнофактурные материалы.



Декоративный рельефный пейзаж, созданный из бумаги разных цветов и фактур

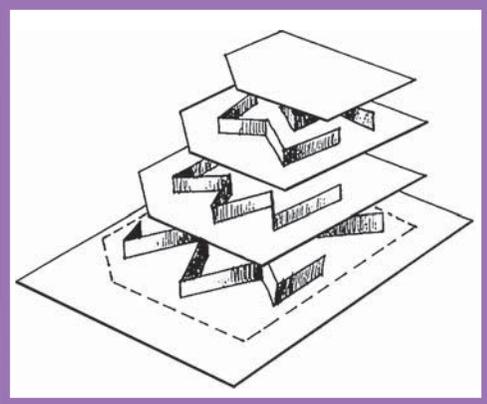
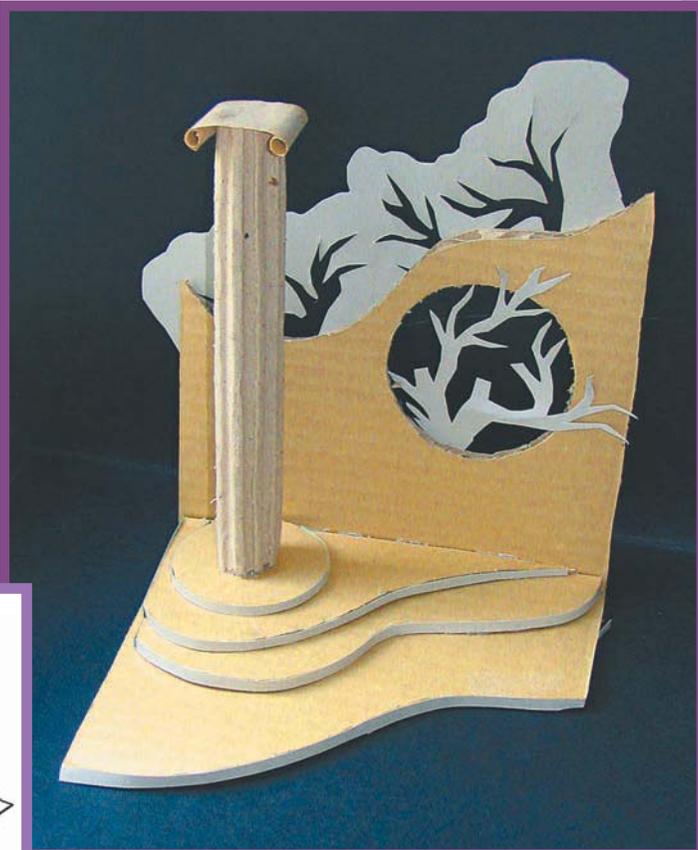
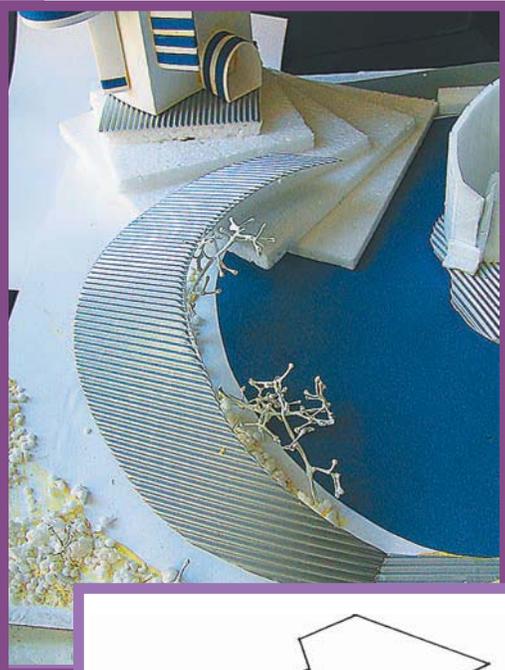


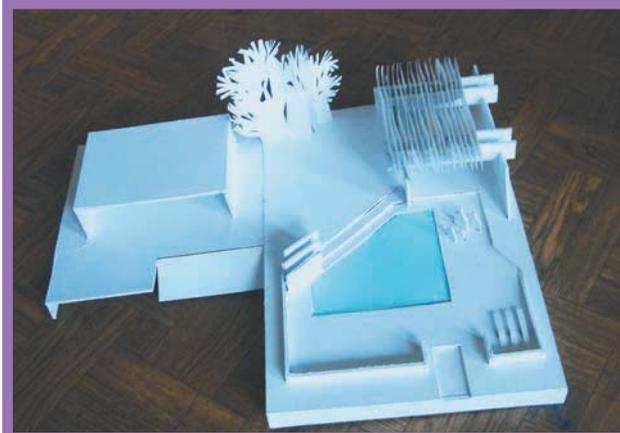
Композиционная организация пространства. Ландшафт. Натурализм и метафора в макете

Композиции-чертежи, которые вы создавали, включали в себя не только прямоугольники, но и всевозможные линии, которые помогали «завязывать» композицию. Чем же могут оказаться эти линии при пространственном прочтении?

Плавные кривые линии на чертеже в макете могут стать и дорожкой, и оградой, и краем обрыва, и мостом, эстакадой. При создании дизайна ландшафта они могут быть террасным перепадом высот. В макете обычно такими террасами обозначают всякие холмы и возвышения (для этого хватает двух-трёх уровней).

Если ступени прямолинейные, то в эскизном макете само основание можно просто согнуть гармошкой, процарапав ступени с обратной стороны ножом по линейке. Проще, но менее аккуратно ступени делаются из упаковочного картона. Лучше в таком случае применять пенокартон. Он плотный по структуре, поэтому хорошо и ровно режется ножом. Более мягок и удобен в работе декоративный потолочный пенополистирол, или просто пенопласт. Материал следует выбирать гладкий, без рельефного тиснения и тонкий, с мелкой структурой; клей брать типа «Титан». До высыхания склеиваемые детали лучше фиксировать канцелярскими булавками.





В этих макетах можно постепенно использовать **цвет** и **различные фактуры**. Обращаем ваше внимание на *условность* и *метафоричность* выразительных средств, участвующих в «сочинении» пространства макета.

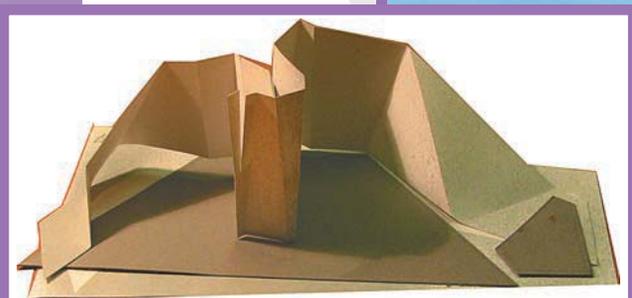
Цвет на этом этапе следует вводить в макет очень ограниченно, скупно и, главное, *иносказательно*. Например, газон не обязательно обозначать ярко-зелёным цветом, а водоём — открыто-голубым. Приучитесь использовать гармоничные *пастельные оттенки*.

Подобный подход желателен и когда применяете различные **фактуры**, например, газон можно изобразить при помощи крупной наждачной шкурки или приклеенного песка, выкрашенного в белый или светло-серый цвет.

Вообще, это обширная зона поиска и эксперимента: **важно найти материал не просто имитирующий, а образно выражающий** природную среду или отдельные архитектурные элементы в макете.



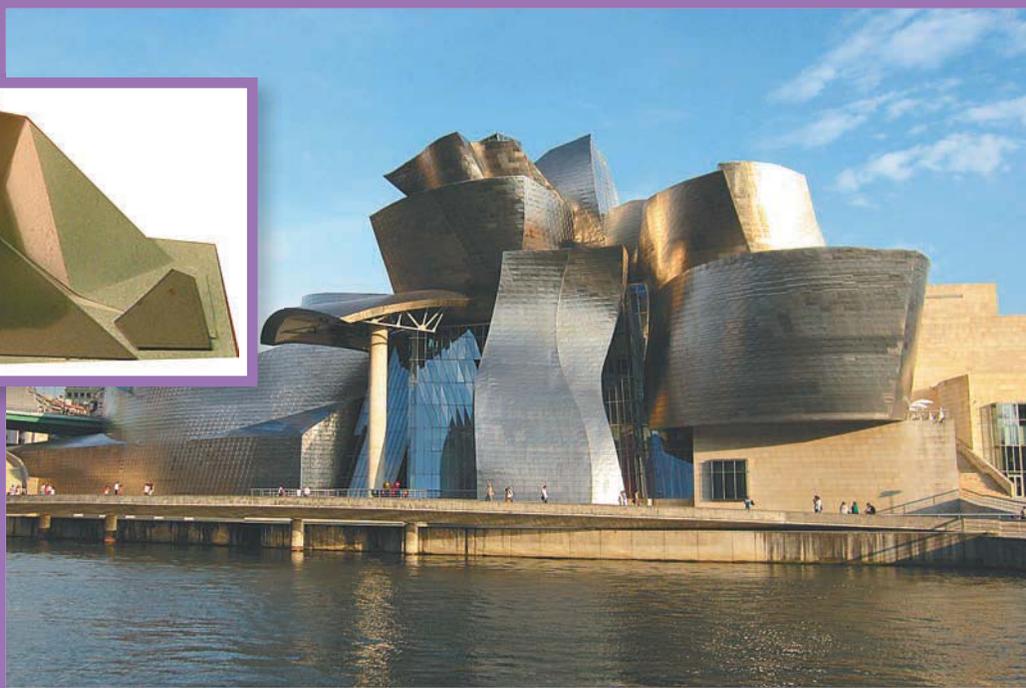
В последнее время в стране открылось большое количество ландшафтных дизайн-бюро и мастерских. Образцы своей продукции они выкладывают на страницах рекламных проспектов и в Интернете, ориентируясь на вкусы заказчиков. Поэтому их макетные ландшафты по технологии и внешнему виду очень схожи и в основном натуралистично передают природные элементы. Деревья, трава газонов, дорожки и водоёмы на этих макетах выглядят, «как живые». Так, стволы деревьев и ветви делают из скрученного жгута проволоки, разветвляющихся в основу для листвы. Кроны — чаще всего выкрашенный в зелёный цвет поролон. Трава газонов делается из ворсистого материала, также выкрашенного в зелень, водоёмы — из голубой плёнки.



▲
Макет-упражнение
с бумагой

▶
Музей Гуггенхайма
в г. Бильбао
(Испания).

Согласитесь, есть
что-то общее...



Однако более достойный вариант выполнения макета и более полезный для дизайнерского становления — иносказательный и метафоричный путь обозначения природных объектов.

Это может быть плотная плёнка, на которой графически изображены кроны деревьев и кустарники. Очень эффектно смотрятся деревья из обёрток для букетов: крупноворсистых сеток с белыми «снежками». Есть и вовсе условные приёмы: обратите внимание на «блины» из цветной бумаги, укрепленные на зубочистках, и кустарники, обозначенные полосками бумаги, сложенными в гармошку. Хорошо смотрятся кусты, сделанные из «скелета» виноградной грозди, выкрашенной белилами.

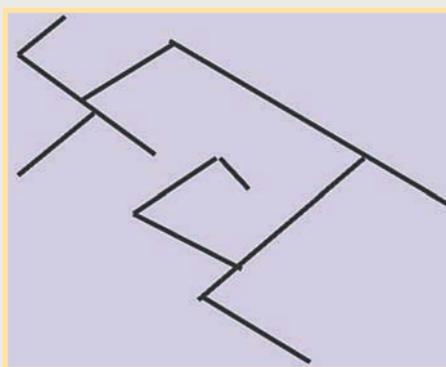
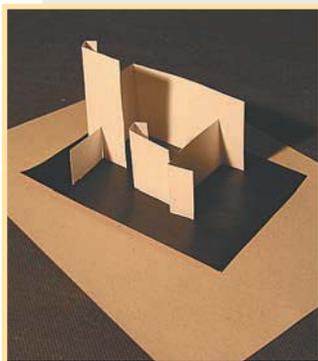
Каждый может найти свои оригинальные материалы и приёмы работы с ними.

▼ Варианты изображения природных объектов в макетах ►



ЗАДАНИЯ

1. Нарисуйте на плотной бумаге несколько линий (плавных, ломаных, пересекающихся). Затем при помощи разновеликих полос бумаги, приклеенных на ребро, «вырастите» ритмическую абстракцию или домá, пейзаж (по желанию).



2. Создайте объёмно-пространственный макет из двух-трёх объёмов (домов), стоящих на разноуровневых горизонтальных плоскостях (ступенях), и отдельных или пересекающихся вертикальных плоскостей (стен). Расположением и формой этих элементов добейтесь целостности и динамического равновесия всей композиции. Введите в макет два-три цвета (пастельных оттенков).



3. Подберите различные природные материалы и искусственные фактуры, которые в дальнейшем можно использовать при создании макета ландшафта.

Глава 4.

Взаимное сочетание объёмов в композиции



Поиск гармонии между функцией и красотой в дизайне

В наших ландшафтных макетах архитектурные объекты были как «роли второго плана». Главными были элементы, связующие композиционное пространство.

Следующая задача — композиционное взаимодействие объёмов, плоскостей и т. д., образующих сам объект — вещь, предмет или сооружение. Вам предстоит практически исследовать, что такое формообразование.

Композиционное формообразование — пространственная организация элементов изделия, вещи или архитектурного сооружения, которая призвана связывать данный предмет или объект с человеком. Элементами формообразования являются внешняя геометрия (*прямолинейность* и *криволинейность* поверхностей), внутренняя *конструкция* (устройство, взаимное расположение частей, состав), а также *силуэт*, *цвет* и *фактура материала*.

Работая над композицией, нужно стремиться к достижению её разнообразия, соблюдая целостность и не забывая о функциональной стороне объекта.



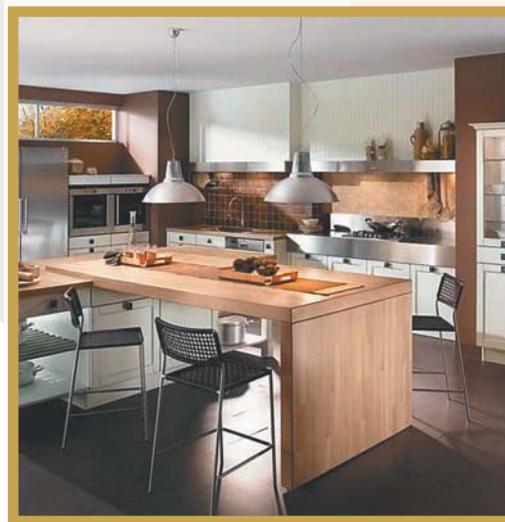
Ваза для цветов. Гончар, создававший эту вазу, придал ей органичную, близкую природной форму (похожую на усеченную каплю, плод манго или кабачок). Горлышко сужено, чтобы цветы держались ровнее. Если бы ваза делалась в 50—60-е гг. XX в., верхняя кромка была бы наклонно скошенной, согласно моде. Если в 40-е гг., то верх, возможно, украсил бы глиняный воротничок



В формообразовании вещи или здания большое значение имеет **силуэт**. Наряду с *цветом* и *фактурой* именно силуэт создаёт стойкое визуальное впечатление. В дизайне одежды силуэт играет едва ли не решающую роль. Генеральная задумка всего объекта или изделия может начинаться с общего абриса, силуэта, иначе говоря — с плоскостного изображения. При создании вещи или здания нельзя руководствоваться только рациональностью и функциональностью, иначе может получиться либо паровоз братьев Черепановых — обнажённая конструкция на колёсах, либо незатейливый кубик хрущёвской пятиэтажки.

Поэтому задача заключается в том, чтобы чётко и рационально разработать **художественную форму**. Рациональность предполагает логическую обоснованность принятого композиционно-художественного решения. Задачу эту в полном объёме вы будете решать, если займётесь в будущем профессиональной деятельностью в области дизайна. Сейчас же сосредоточимся на взаимном сочетании объёмов и пустот, горизонтальных и вертикальных элементов, плоскостей и опорных конструкций в едином дизайнерском продукте.

▲
«Кубистическое» здание красиво лаконичностью и простотой форм, необычностью силуэта и функциональным навесом-козырьком, создающим балконную тень и большую открытую террасу



▲
Фрагмент кухни представляет собой воплощённую функциональность и рационализм, когда всё под рукой, всё в стиле техно. Напоминает рабочее место на заводе

Отодвинем на второй план рациональность и функциональность. Сосредоточимся на *выразительности, оригинальности* и даже *неожиданности* создаваемой вами вещи или интерьера.

Пространственная беспредметная композиция является такой же художественной ценностью и строится по тем же законам, что и реалистическая скульптурная композиция. Её основные характеристики: наличие композиционного акцента, целостность, равновесие по силуэту, стилистическое единство.

И наконец пластический образ. В скульптуре он создаётся не только с помощью перечисленных композиционных приёмов, но и через выражение какого-то определённого эмоционального состояния в лице, фигуре, позе персонажа (ведь скульптура в основном изображает человеческую фигуру, взаимодействие фигур). Пластический же образ в геометрической композиции может выражать некое аллегорическое состояние: «основательность и покой», «взлёт, устремлённость», «зыбкое равновесие», «застывшие кристаллы», «дом-гусеница» и т. д. Образная выразительность зависит от оригинального сочетания в объекте составляющих его форм, гармонии пропорций, которые вызывают в человеке образные ассоциации, поэтические сравнения, эмоции (часто индивидуальные).



Н. Габо.

Кинетическая скульптура.
Роттердам



Перед вами реальные дома-шутки, наверняка повышающие настроение проезжающим туристам. Это натуралистическое воспроизведение узнаваемых форм

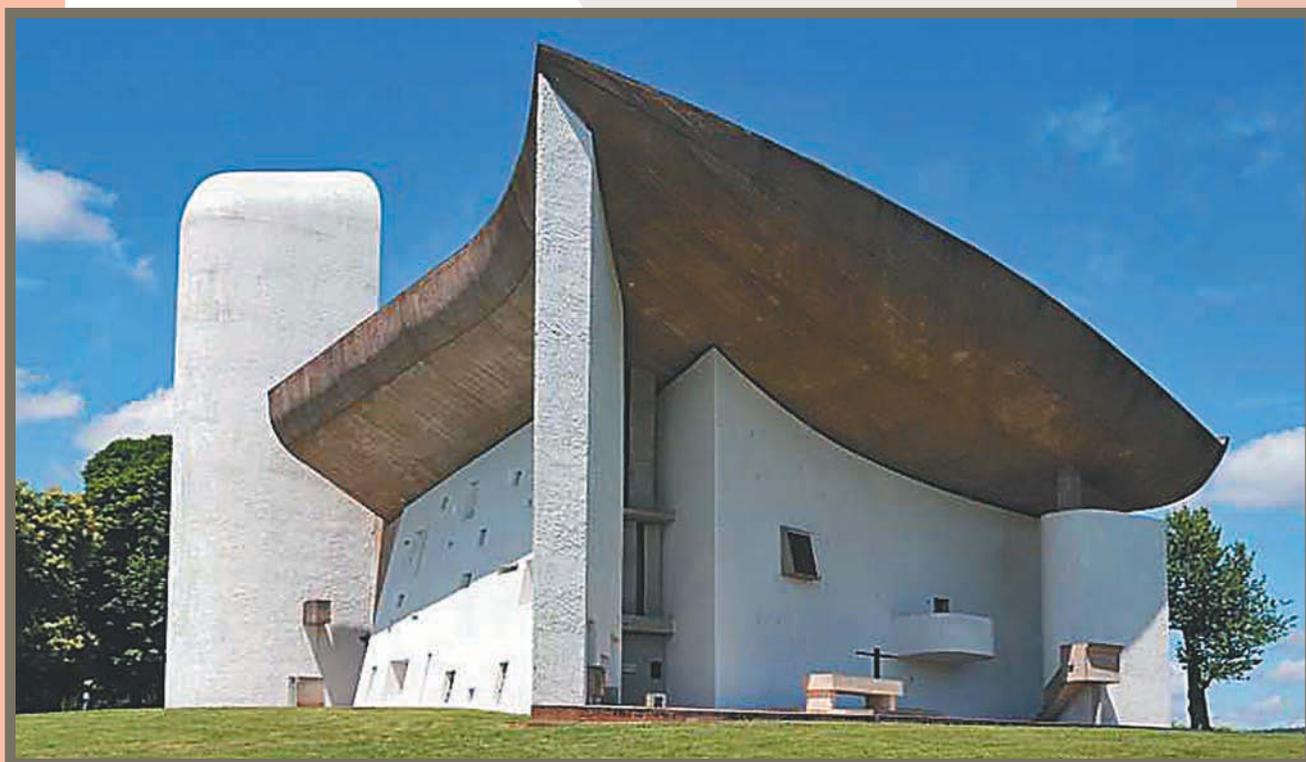




А вот совсем другая история...
Оперный театр в Сиднее (архитектор
Йорн Утзон). Окружённое водной
гладью здание напоминает и паруса,
наполненные ветром, и морские
раковины, и даже плавающий цветок

Одна из оригинальнейших церквей, построенная в Роншане
архитектором Ле Корбюзье, — капелла Нотр-Дам-дю-О, —
может вызвать ассоциацию с кораблём, Ноевым ковчегом.

Считается, что сам образ был навеян Ле Корбюзье
псковской архитектурой, в частности храмом Богоявления
в Запсковье (архитектор посетил Псков, возвращаясь
из Москвы, где он строил здание Центросоюза
на улице Мясницкой)

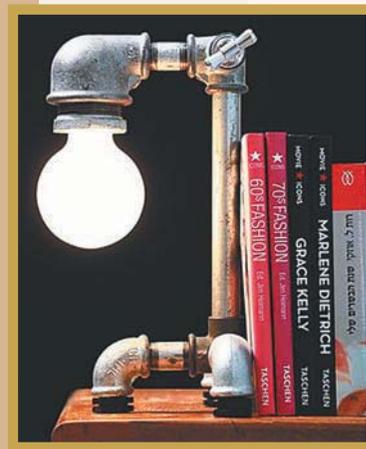


Аналогичные примеры дизайн-объектов, выполненные с юмором, оригинальные, но натуралистичные по сути: стул на «ногах» и лампа-кран.

В этих объектах дизайна (см. с. 93), напротив, можно увидеть и образную метафоричность, и здоровый функционализм. Кресло словно распускающийся бутон, пластиковый стул-вешалка для прихожей и «африканский» интерьер, цвета и формы предметов которого вызывают ассоциации, связанные с Африкой... Образность дизайна этих предметов к натурализму отношения не имеет.

Выразительности, оригинальности и неожиданности сочетания форм предостаточно и в современной архитектуре. Тем более что развитие технологий и материалов в строительстве позволили делать невозможные доселе криволинейные конструкции и поверхности. Появились, например, небоскрёбы-спирали и дома, похожие на яйцо.

Современная архитектура предложила жителям любоваться *динамическим равновесием* архитектурной композиции. Это её основная отличительная черта по сравнению с принципом *симметрии* в архитектуре прошлых веков.



Натурализм в объектах дизайна ▲



▲ Здание City Hall в Лондоне. Архитектор Норман Фостер

Московский международный деловой центр «Москва-Сити». Архитекторы Б. И. Тхор и др. ►





▲
Центр науки и искусств
в г. Валенсии (Испания)

Здание оперы в столице Канарских островов Санта-Круз-де-Тенерифе является непревзойдённым творением рук инженера и архитектора Сантьяго Калатравы ▶

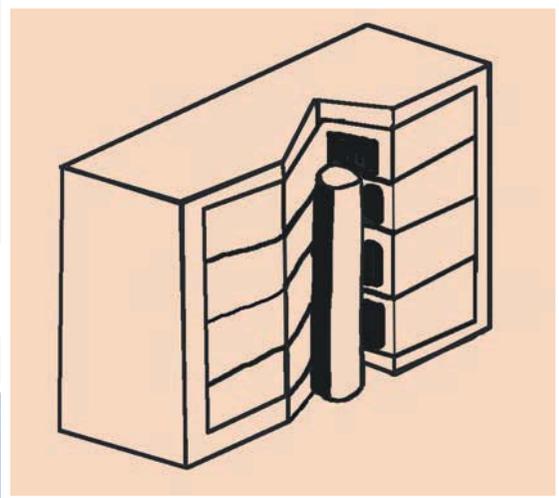
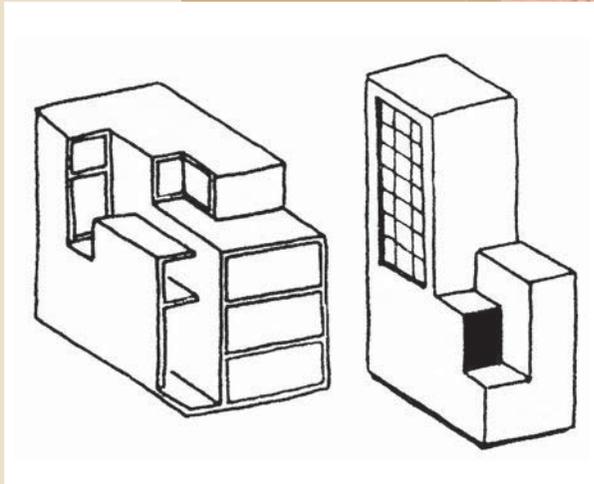
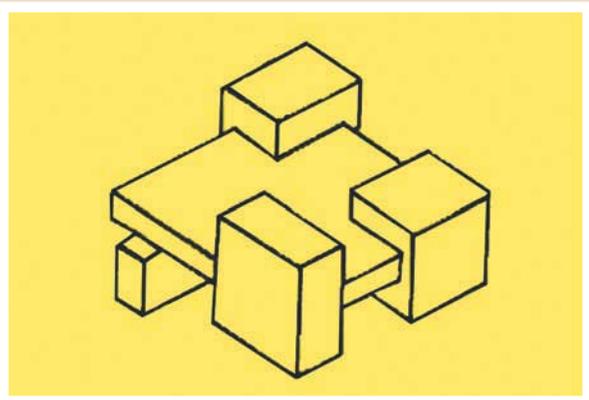


Вещи и здания состоят из различных объёмов. Геометрия в архитектуре более выявлена. В дизайне часто наблюдается «втекание» одной формы в другую. В архитектуре это сочетание гармоничное или контрастное, наоборот, подчёркнуто и составляет красоту сооружения. Чаще встречаются три вида или способа соединения архитектурных объёмов: *примыкание, врезание и обтекание*.

В связи с развитием технологий сочетания объёмов в архитектурных сооружениях стали столь причудливыми и фантастичными, что по форме своей эти сооружения тяготеют скорее к скульптуре или к дизайнерскому продукту.

Как вы убедились, формы образуются самыми разными способами. Основные геометрические тела или формы образуются, во-первых, как тела вращения (цилиндр, конус, шар), а во-вторых, как тела прямолинейные или, отыскивая аналоги в природе, как «тела кристаллизации» (куб, параллелепипед, пирамиды, призмы, тетраэдры, икосаэдры и т. д.). Дизайнеру остаётся соединить эти формы в единый продукт, руководствуясь целью и назначением продукта, соразмерностью частей, цветовой гаммой, красотой и метафоричностью облика всего продукта.





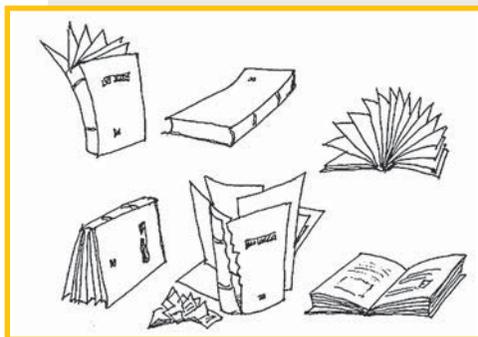
Эскизы конструкции мебели, повторяющие способы соединения архитектурных объёмов. Мебель часто повторяла архитектурные стили

Эта современная церковь в Риме (арх. Р. Майер) демонстрирует все три способа сочетания объёмов

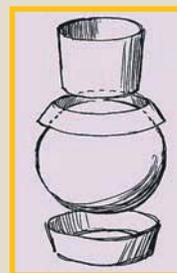
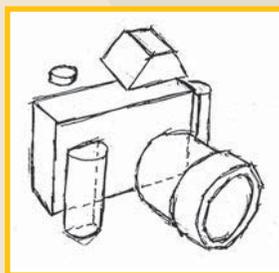


ЗАДАНИЯ

1. Графическими материалами (чёрно-белыми или цветными) изобразите любой предмет в четырёх-пяти разных «эмоциональных» состояниях по выбору (удивление, отдых, настороженность, замкнутость, трагедия, nirvana, агрессия, депрессия, восторг и т. д.). Сначала создайте простой по форме предмет (книга, кружка и т. д.), а затем разработайте более сложный (например, стул: грустный, весёлый, высокомерный, агрессивный и т. д.).

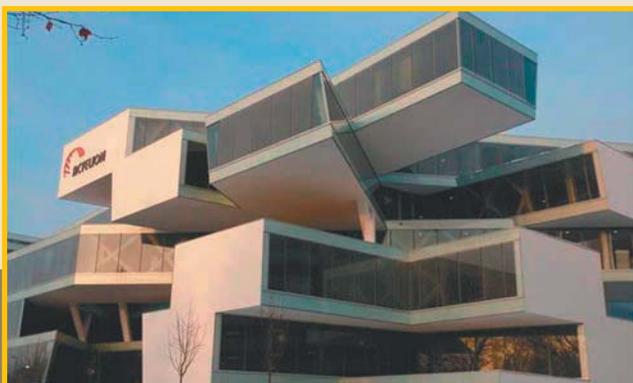


2. Сделайте аналитический *рисунок* геометрического «состава» любого предмета, взятого в виде фотографии. В рисунке покажите, из каких геометрических форм состоит этот предмет.



3. Сделайте из бумаги или пенопласта три *макета* конкретных или условных зданий, состоящих из различных объёмов, соединённых одним из способов: а) примыкание; б) врезание или пронизывание; в) обтекание.

Можно сделать один макет, совместив в нём все три способа.



Учимся у природы. Бионика.

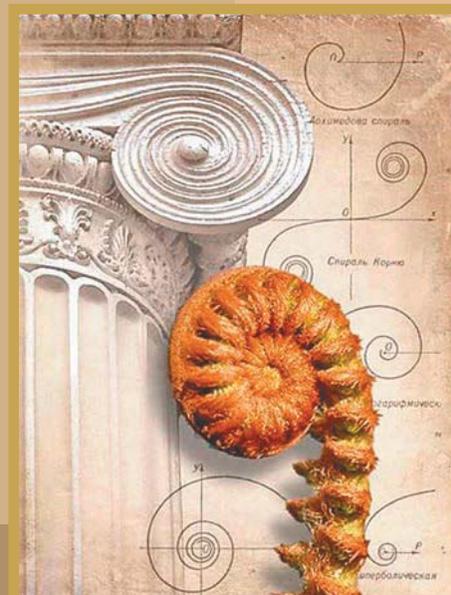
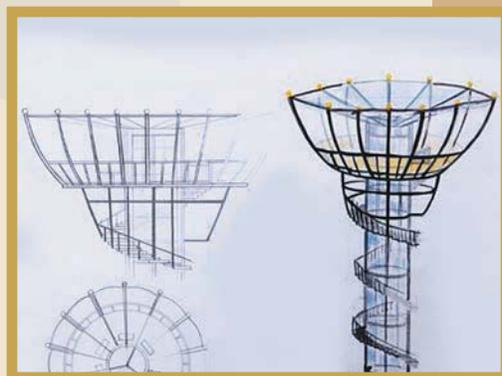
Опыт формообразования и строительства в живой природе

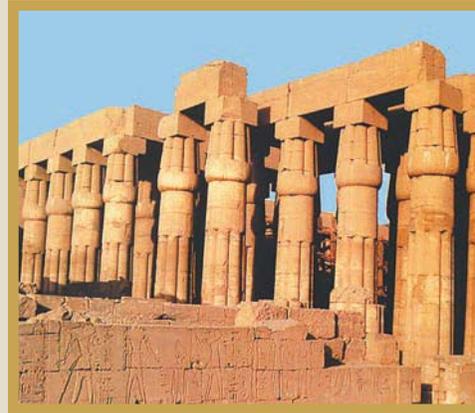
С ама природа подсказывает оптимальную геометрию органического мира (животных, насекомых, птиц и растений). Поэтому в формообразовании дизайнеру можно, а порой и нужно иметь в виду такой аспект сочинения формы, как **органичность** (т. е. заимствование опыта конструирования из окружающей живой природы).

Помимо копирования природных форм и оболочек дизайнеры и инженеры учатся у природы соединению форм, оптимальной внутренней структуре, каркасам и конструкциям.

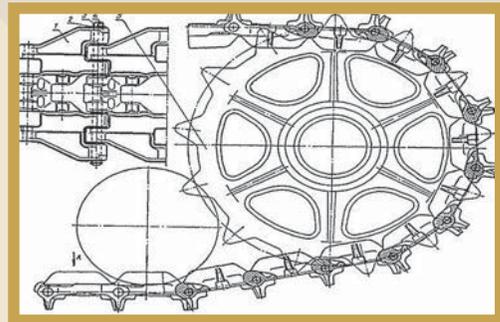
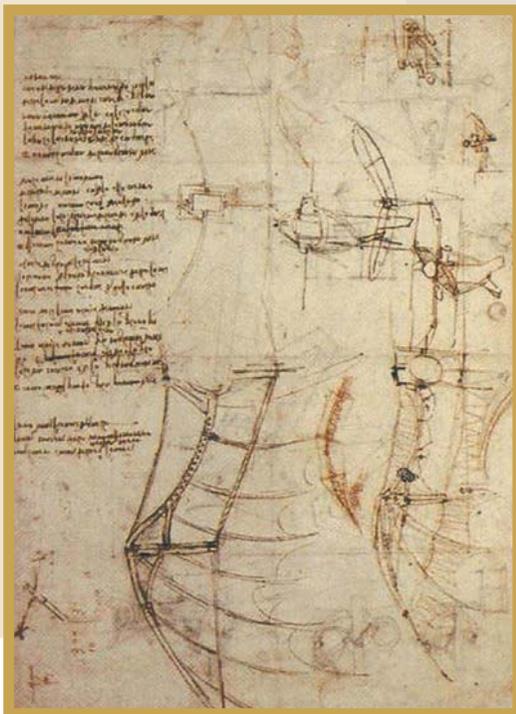
Эти рисунки — примеры такого рода наблюдений природных конструкций. Сделайте и вы карандашные зарисовки растений и их фрагментов. Есть ещё масса природных конструкций, которые полезно подвергнуть тщательной перерисовке: всевозможные раковины моллюсков и прочие подводные жители. Не говоря уже о ракообразных, насекомых и т. д. Одним словом, порисуйте — польза будет. Эти природные зарисовки часто трансформируются в дизайнерском творчестве в оригинальные проекты. Такого рода рисование практикуется в большинстве институтов и дизайнерских школ.

Существует целое направление в конструктивных искусствах — бионика.



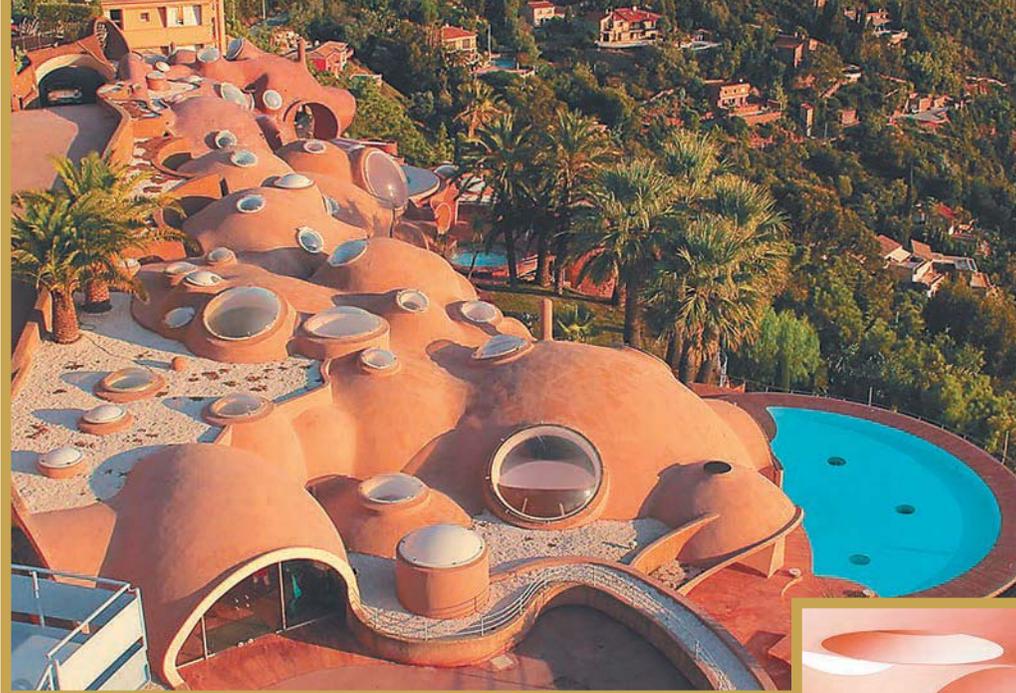


Бионика (от др.-греч. βίον — живущее) — прикладная наука о применении в технических устройствах и системах принципов организации, свойств, функций и структур живой природы. Если покопаться в истории конструктивных искусств, следы бионики можно обнаружить с древнейших времён. Например, «растительные» колонны Древнего Египта, колонны ионического и коринфского ордоров в Древней Греции и многое другое.



◀ **Леонардо да Винчи.** Проект орнитоптера (тип планера)

В последнее время возникло целое направление: *бионическая архитектура*. Её прародительницей можно считать эпоху стиля *модерн*, которую отличала любовь к плавным линиям и растительным формам в графике, дизайне и архитектуре.

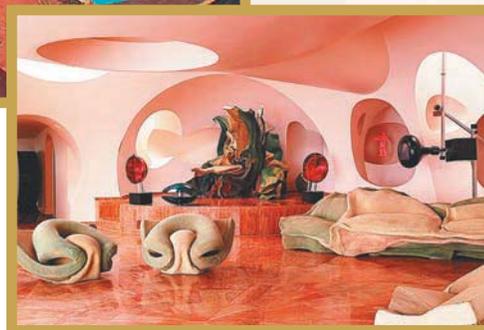


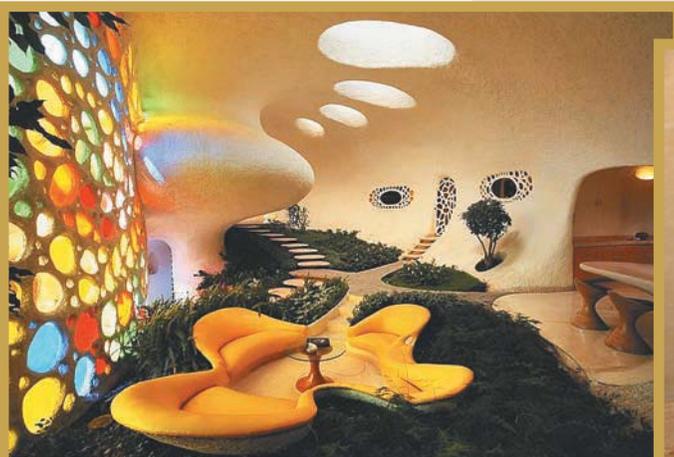
Бионический стиль в архитектуре и дизайне

Продолжателями и интерпретаторами искусства модерна были архитекторы А. Гауди, Ф. Хундертвассер и другие.

Современный бионический стиль отличается криволинейностью форм, доведённая до апогея. Например, вилла «Дворец Пузырей» знаменитого кутюрье Пьера Кардена (архитектор А. Ловаг), дома-землянки швейцарского архитектора П. Ветша и т. д.

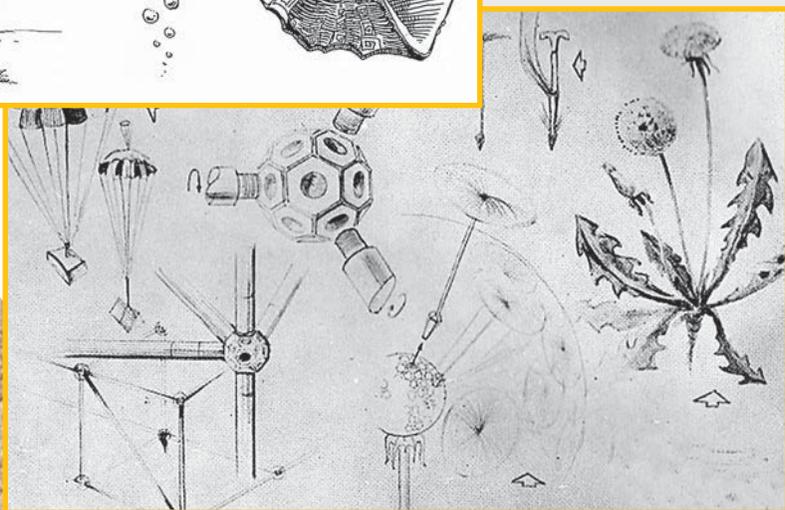
Бионический стиль — это как бы тот же стиль модерн, но уже «проварившийся» в технологиях конструктивизма, хай-тека и других стилей.

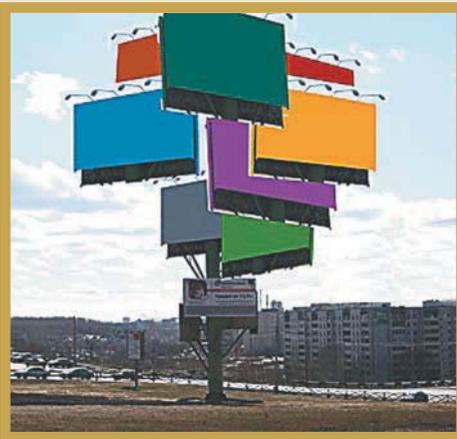




ЗАДАНИЕ

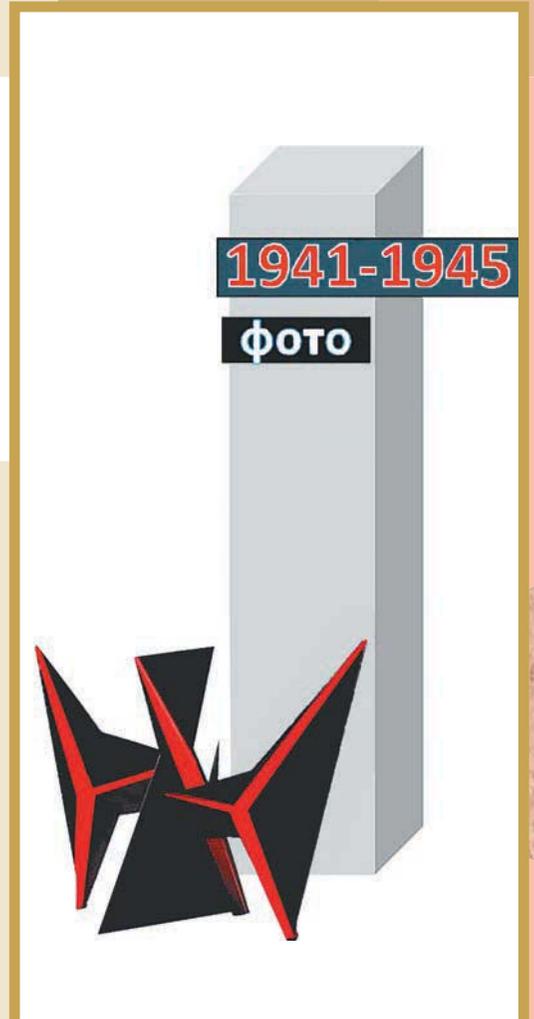
Сделайте зарисовки с натуры или с любой фотографии, на которой запечатлены представители флоры или фауны. Постарайтесь применить их форму и конструкцию в *проектном эскизе* какого-либо дизайнерского объекта.





◀ «Рекламное дерево».
Дизайнер Артемий
Лебедев

Абстрактная скульптура
А. Колдера, к примеру,
могла бы украсить
выставочную
тематическую
конструкцию



В качестве предварительного итога выполните проект конструкции, сочетающей в себе и плоскости, несущие некую информацию, и объём, и пространство. Это может быть рекламная конструкция перед входом в выставочный павильон (на земле, на крыше, над входом) или сооружение, находящееся внутри павильона и даже являющееся центром, доминантой всей экспозиции. Такая конструкция может представлять фирму, организацию, институт и т. д., которые являются участником (экспонентом) выставки.

Какие могут быть этапы вашей работы? Обозначим основные из них.

1. Поисковый этап включает выбор тематики конструкции (т. е. нужно определить, для какой выставки она предназначена). Например, вы выбрали выставку современной мягкой игрушки. Такая тема не предполагает сложную абстрактную конструкцию. Напрашивается вариант, ориентированный на детскую аудиторию — оригинальный, но изобразительно внятный.

2. Сбор, обработка информации по выбранной тематике.

3. Выбор технологии изготовления дизайн-проекта. Выполнение предварительного графического эскиза.

4. Изготовление макета в материалах.

5. Коллективное обсуждение и оценка дизайн-проекта.

На подготовительном этапе следует также обдумать устойчивость создаваемой конструкции.

В предварительном графическом эскизе полезно будет позаботиться о привязке вашей конструкции к среде её окружения (к фасаду павильона или к предположительному интерьеру). Эту же среду нужно обозначить затем и в пространственном макете: это можно сделать в технике чёрно-белой графики, а также вырезанным по контуру силуэтом здания из чёрной или цветной плотной бумаги, даже фотографией или фотоколлажем.

Макет может быть выполнен из плотной цветной бумаги (пастельных оттенков), пенокартона в сочетании с цветной бумагой или потолочного пенопласта. Можно использовать фотоиллюстрации, фрагменты текста и т. д.

И, наконец, макет установки вы можете выполнить на компьютере, используя 3D-программы.



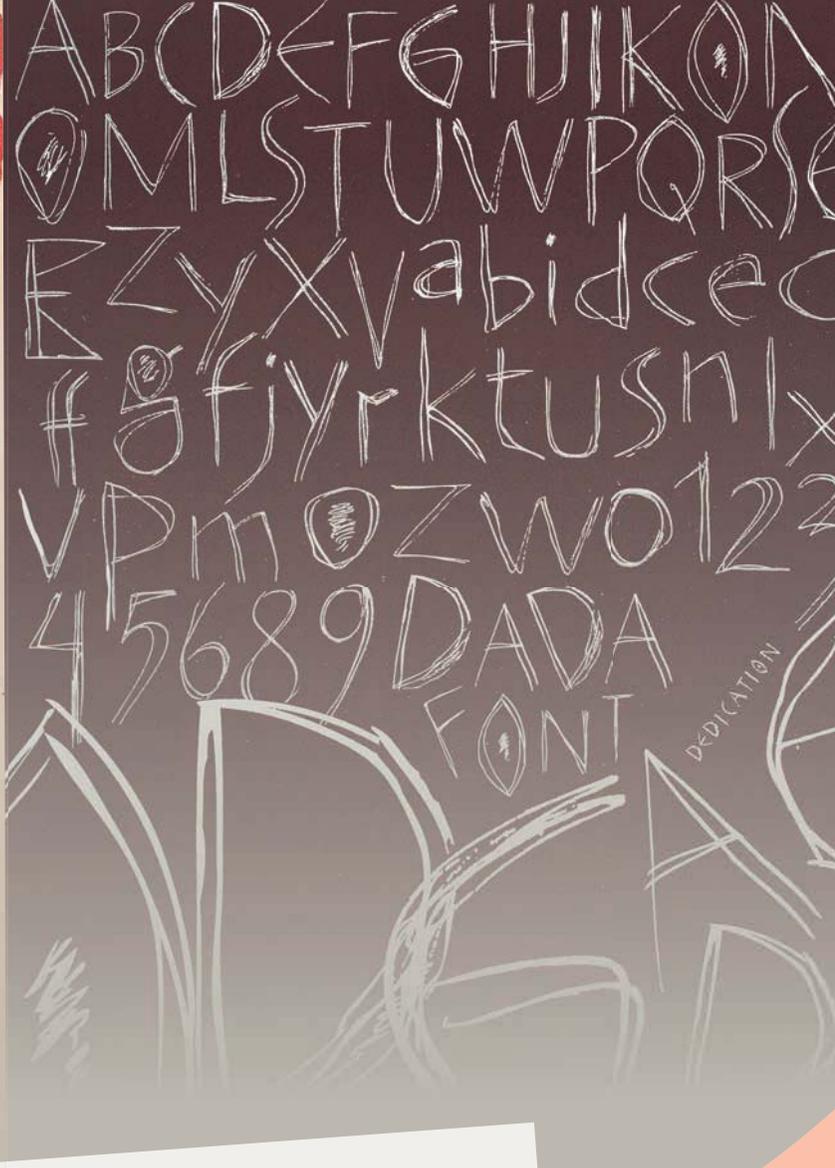
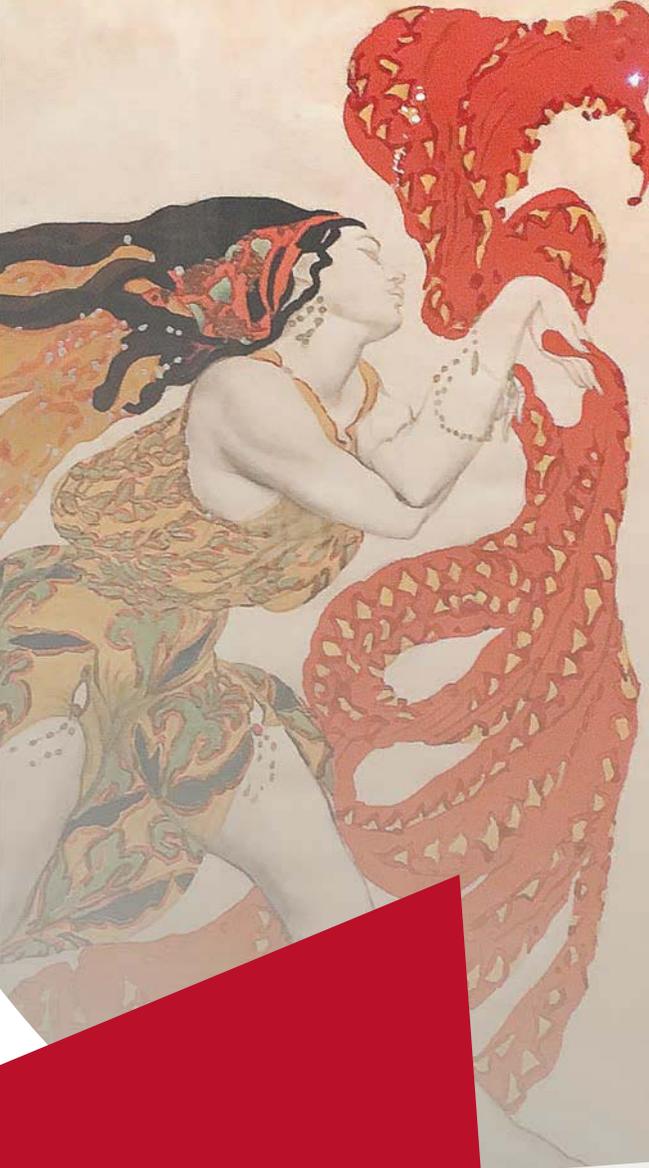
Хороший дизайн виден сразу.
Отличный дизайн незаметен.

*Джо Спарано,
дизайнер интерьера*

ЧАСТЬ 2



**ГРАФИЧЕСКИЙ
И СРЕДОВОЙ ДИЗАЙН.
ДИЗАЙНЕРСКИЕ
РАЗРАБОТКИ**



- Реклама. Плакат
- Дизайн книги
- Витрина
- Фирменный стиль
- Дизайн интерьера
- Ландшафтный дизайн
- Сценографический дизайн

Глава 1.

Графический дизайн: реклама, дизайн книги



А. М. Родченко. Плакат. 1925 г.

■ **Графический дизайн** — особая область художественно-проектной деятельности, которая направлена на создание визуальных сообщений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации.

Графический дизайн отличается от «предметного» конструирования тем, что он связан с художественным проектированием мира информации.



Современные плакаты

Сегодня графический дизайн используется в рекламе, печатной продукции, кино, на телевидении, в сфере публичных отношений и др.

Создаются произведения графического дизайна с помощью графических образов. Графические образы, скомпонованные в единое целое, подталкивают зрителя к тем умозаключениям, которые нужны создателю информационного сообщения.

Результаты творческого труда дизайнера-графика могут воплощаться в самом разном виде. Это листовки, информационные проспекты, плакаты, буклеты, визитные карточки, газеты, журналы, книги. Особой областью графического дизайна является разработка динамических транспарантов, указателей, информационных табло, управляемых световых экранов и т. п. Бурно развивается кино- и теледизайн, связанный с созданием заставок, концовок, титров кинофильмов и телепередач.

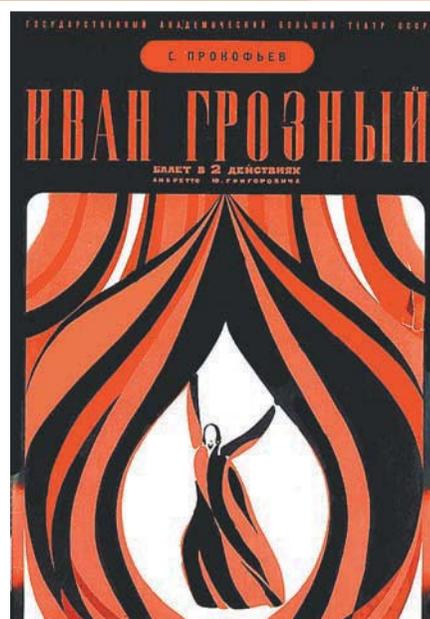
Средствами графического дизайна создаются различные рекламные сообщения — от краткого рекламного объявления, небольшого указателя до огромного информационного светового табло.

«Обычно думают, что рекламировать надо только дрянь — хорошая вещь и так пойдёт. Это самое неверное мнение. Реклама — это имя вещи. Как хороший художник создаёт себе имя, так создаёт себе имя и вещь».

Из статьи В. В. Маяковского
«Агитация и реклама» (1923 г.).

Самостоятельным направлением графического дизайна является дизайн **печатной продукции**. Процесс создания печатной продукции связан с необходимостью упорядочить поток информации, сделать её максимально наглядной, доходчивой и удобной для восприятия. Печать формирует общественное мнение, поведение, эстетические вкусы людей.

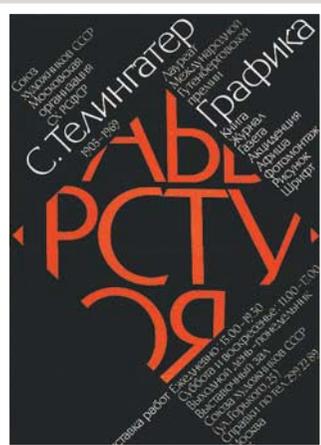
Специфика работы дизайнера-графика заключается в том, что он должен не только сообщить зрителям конкретную информацию, но и особым образом преподнести её. Поэтому дизайнер-график — это и проектировщик, умеющий выбирать средства, необходимые для решения той или иной коммуникативной задачи, и маркетолог, который хорошо представляет, кто может быть потенциальным потребителем информации, и психолог, знающий законы зрительного восприятия.



«**В** наше время небывалых экологических кризисов, экономических и социальных потрясений профессия дизайнера предоставляет беспрецедентные возможности моделировать психологию общества, формировать его потребности. От жизненной позиции дизайнера зависит многое: направить свою энергию на изобретение новых изощрённых средств обмана потребителя, всё больше затягивая его в безумную гонку перепотребления, или отдать свои силы, душу, талант на совершенствование мира».

Из книги Д. Бермана «Как дизайнеры могут изменить мир»

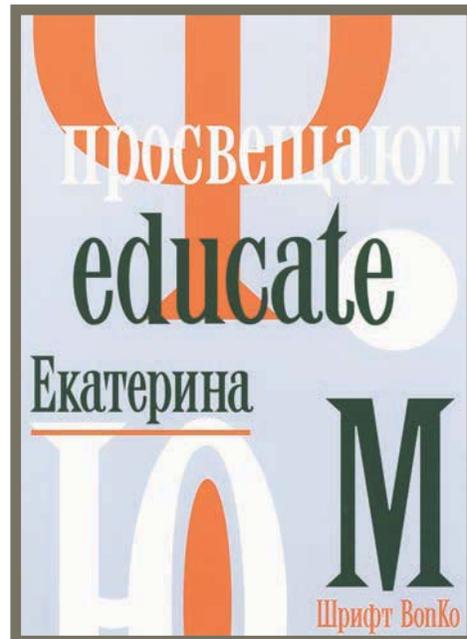
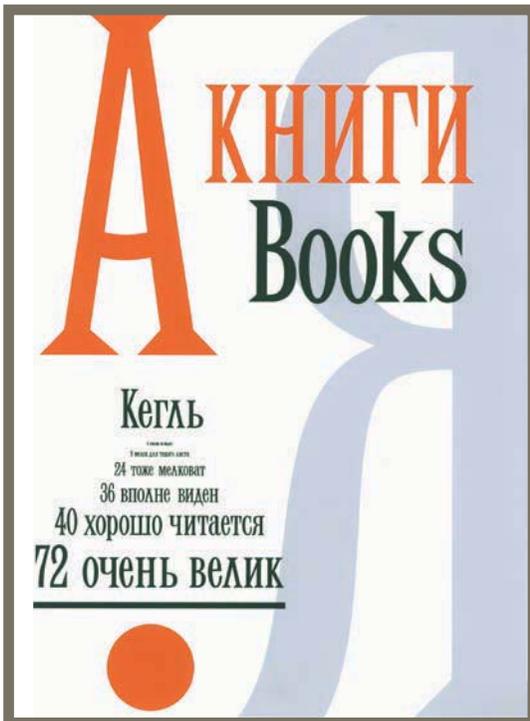
Дизайнер решает, каким образом должна быть выражена идея информационного послания, и отображает его языком наглядных образов. Он связывает друг с другом текст и изобразительный материал, используя при этом шрифт, систему знаков, иллюстраций, декоративных украшений и пр.





Если печатная продукция даёт возможность читателю самостоятельно определять скорость усвоения материала, то средства телекоммуникации позволяют повысить темп передачи и усвоения информации, выделить в ней самое главное с помощью специальных приёмов.

Всё чаще для подготовки и печатной продукции, и электронных визуальных сообщений используются компьютерные программы. Это значительно ускоряет и облегчает работу дизайнера. Но каким бы мощным ни был компьютер, он никогда не заменит художника, обладающего знанием и талантом.



▲
Шрифтовые композиции. Работы студента

Реклама. Плакат.

Композиционное построение плаката

Плакат занимает значительное место в рекламе. Это один из «древнейших» видов рекламы.

Слово «плакат» вызывает ассоциацию с картинкой прямоугольной формы и каким-то «будоражающим» содержанием. Картинкой, которая неизменно привлекает внимание оригинальностью изображения и композиции. Картинкой, которая помимо нашей воли врезается в память...

За время своего существования плакат изменился. Если раньше он был приспособлен для расклеивания (само слово «плакат» происходит от франц. *plaquer* — приклеивать) на афишных тумбах или планшетах, то теперь он может занимать целый фасад здания, при этом будучи напечатан типографским способом.



◀ Плакаты, выполненные с помощью обработки фотографий, в техниках коллажа и графики ▶



Плакаты — не только визуальная информация, но и целая сфера графического искусства. Композиция плаката выражает смысловую и конструктивную связь изобразительных, шрифтовых и графических элементов.

Каковы бы ни были размеры плаката, *композиционные принципы* остаются неизменными.

От картины плакат отличается своей спецификой. Во-первых, плакат должен быть простым, лаконичным и хорошо восприниматься зрителем. Во-вторых, *изображение* в плакате поддерживается *текстом*, при этом слово и текст довольно часто доминируют в композиции. Для текста важным является **шрифт**, его расположение, цвет. Есть плакаты, построенные целиком на тексте и оригинальном шрифте.

В плакате всегда присутствует *художественная метафора* — употребление какого-либо изображения в переносном значении. Например: машина, на которой спит кот, удобна, уютна, надёжна.

Ещё одна отличительная черта плаката, его композиционная особенность — это **монтажность** соединения *разновеликих* и даже *разновременных* изображений.

В плакатах, особенно в современных, конечно же, используется **фотография**, но продолжают существовать плакаты рисованные, плакаты, сочетающие в себе рисунок и живопись.

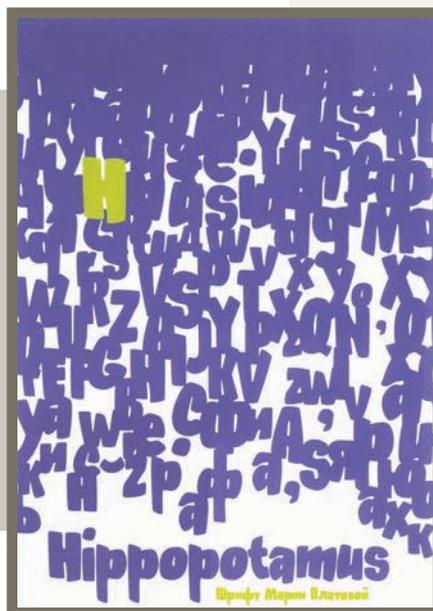
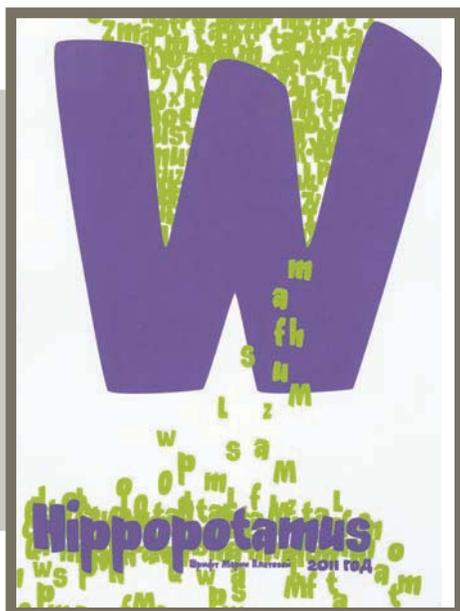


Существуют разные **виды плаката: агитационные** (к ним относятся и **политические**), **рекламные, информационные**, а также плакаты, применяемые в **учебных целях**, плакаты по **охране труда** и **технике безопасности**, плакаты **социальной** направленности.



Приступая к разработке макета плаката любого вида, включая театральную афишу и киноплакат, первоначальным объектом разработки для дизайнера является общий замысел, называемый **рекламной идеей**. Рекламная идея должна определить основной **визуальный образ** и **текст** (вместе с его начертанием — *шрифтом*).

Плакат, как уже сказано, имеет особую выразительность и огромную энергетику воздействия. Но по закону восприятия длительность воздействия такой рекламы — максимум 7 секунд, и это определяет дизайн плаката. Как правило, рекомендуется использовать только **один визуальный образ** и текст, состоящий *из нескольких слов*.



◀ Шрифтовые композиции.
Работы студента



Фотография в плакате используется в виде метафоры ▲



Визуальный образ — это именно изображение, которое привлекает больше внимания, чем текст. Но это не просто фотография или рисунок того объекта, который вы рекламируете, это основная метафора, иносказание, связанное с вашим объектом. Здесь часто может присутствовать *принцип контраста*.

В первом плакате это содержательный контраст «летучести» лайнера и «нелетучести» слона, во втором — формальный контраст между чёрным и красным. Здесь же хочется отметить, что одним из приёмов создания визуального образа плаката является *юмор*.

Поиск рекламной идеи плаката лучше всего начинать в виде **рабочих эскизов** на бумаге.

Работа над композицией плаката включает следующие этапы:

- 1) поиск *визуального образа* плаката (плакат может быть рисованным или основанным на фотоизображении);
- 2) сочинение *слогана*. В плакате со слонем слоган — это «Лёгко на подъём», во втором плакате — «Для него и для неё». Слоган — рекламный лозунг, девиз, направленный на создание имиджа фирмы или рекламу товара.

Слоган — это важная часть рекламного плаката. Слов в слогане должно быть не больше семи или даже меньше. Каждому визуальному образу должен соответствовать определённый шрифт. Если вашей задачей станет создание театральной афиши или киноплаката, то слоган вам может быть и не понадобится — достаточно названия пьесы или фильма;

3) определение размера и места для *логотипа* или *товарного знака*. В первом плакате, например, он мог бы расположиться по диагонали, параллельно «слону», да и слоган тоже;

4) определение места для изображения *реального продукта*, если в этом есть потребность.



Итак, ещё раз о **композиции**.

В зависимости от «настроения» плаката расположение элементов композиции может быть **симметричным** относительно воображаемой центральной оси плаката. Симметрия придаст строгости, ясности и основательности всему *художественному образу плаката*. Кстати, плакат на с. 111 (с «туфлегалстуком») можно вполне считать симметричным из-за расположения текста, хотя центровое изображение несимметрично.

Асимметричное расположение предполагает визуальный баланс неравных частей композиции. При **асимметрии** в композиции принципиальной основой становятся: динамическое равновесие, контраст и ритмическая организация всех композиционных элементов. Принцип асимметрии работает на выразительность плаката и усложняет его структуру.

Ритм в плакате может выражать, например, идею нарастания или затухания движения элементов композиции, создавать в ней напряжённость.

Принцип **контраста** позволяет объединять внешне противоположные по характеру элементы плаката. Контрасты могут быть как физическими (маленькое — большое, красное — чёрное, объёмное — плоское), так и смысловыми (мужчина — женщина, молодое — старое и т. д.).

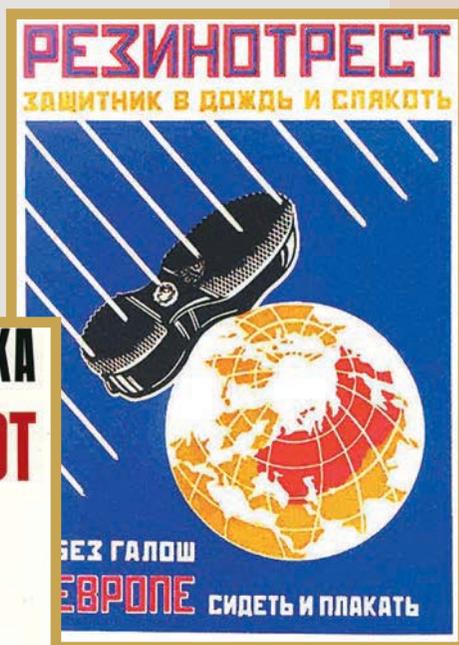
Пропорциональность учитывают при определении соотношения изображения и текста, элементов изображения и композиции в целом. Это касается как строгого, «классического», даже натуралистического плаката, так и плаката со специально применяемыми диспропорциями. Иногда буква, например, может быть во весь лист, а изображение может располагаться внутри буквы или на её фоне. На то он и плакат. Главное — иметь **художественный вкус** и чутьё!

Цвет — безусловно важное художественное средство композиции плаката. Цвет может быть смысловым фоном плаката или акцентом для части изображения, а может выделять отдельное слово или фразу. Цветовые пятна — равноправные элементы художественного пространства плаката.



◀ В. В. Маяковский,
А. М. Родченко. ▶

Агитационные
плакаты.
1920-е гг.



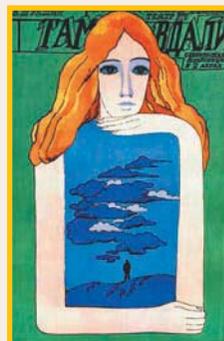
◀ А. М. Ган.
Плакат «Выставка
работ Владимира
Маяковского».
1931 г.

ЗАДАНИЕ

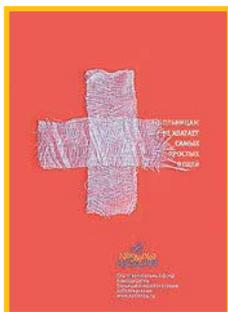
Создайте *макет плаката*.

Варианты выполнения макета:

1) работа графическими средствами (карандаши, гуашь или акрил и т. д.);



2) работа в технике коллажа (с приклеенным фактурным объектом или изображением);



3) создание макета с фотоизображениями в прямоугольнике, вырезанными по контуру или применяемыми в качестве фона всего плаката;



4) выполнение макета плаката на компьютере: это упростит для вас подбор изображений, их обработку, выбор и поиск расположения шрифта и многое другое. Но совершенно необходимо набросать основную идею плаката карандашом на бумаге. Выполнять макет лучше в программе Photoshop, но можно попытаться и в Word (новых версиях).

Макеты плакатов.
Учебные работы



Кстати, в поисках изображений вы можете что-то отснять и сами: какие-то предметы, фактуры, фигуры, ракурсы, животных, пейзажи — в зависимости от темы вашего плаката.

Плакат «рисованный», а также плакат в технике коллажа выполняйте на бумаге формата А-3 или А-2. Бумага должна быть плотной, лучше взять цветной (пастельный) фон. Шрифт основного слогана в этом случае лучше набрать на компьютере, но можно понравившийся шрифт скопировать вручную (2–3 слова). Остальные тексты даются в виде «рыбы», т. е. из журналов вырезаются любые строчки (нужно лишь, чтобы их фон совпадал с фоном вашего плаката). В каких-то случаях вы можете вырезать буквы из заголовков «квадратиками» и наклеивать их свободно, ступеньками.

Плакат привлекателен для многих дизайнеров, в нём большое пространство для манёвра, для поиска интересных неформальных ходов. Дерзайте и вы!

Дизайн книги. Элементы книги как объекта дизайна.

Принципиальный макет книги

Если во всемирном творении «в начале было Слово», то в полиграфии в начале была книга, которая тоже началась со слова. И с самого начала это слово постарались красиво «упаковать», т. е. украсить книгу шрифтом, орнаментом, иллюстрацией, переплётом.

Ранее вместо книги были **свитки**.

Древние греки и римляне писали на папирусе, который затем сворачивался в свиток. Само искусство книги возникло значительно раньше, чем книгопечатание. Сохранились в достаточно большом количестве рукописные книги — **манускрипты**.



Развороты старинных книг

Когда мы видим рукописные книги, лежащие в витринах музеев, то испытываем прежде всего чувство уважения к седине веков и, конечно, к той огромной работе, в результате которой эти книги были созданы.

Во-первых, это кропотливый *труд переписчика* (книга могла переписываться не один год). Во-вторых, это *работа художника*, который украсил книгу орнаментами или иллюстрациями и, наконец, *искусство переплётчика*, который делал крепкий и красивый переплёт. Прекрасные кожаные переплёты, металлические украшения, драгоценные камни — все они делали каждую книгу штучной и, безусловно, дорогой вещью.

Во II в. китайцы изобрели бумагу, однако в Европе она стала использоваться лишь спустя тысячу лет — в XII в. А само **книгопечатание** началось в Западной Европе с XV в. Основателем книгопечатания считается немец **Иоганн Гутенберг**. В России **Иван Фёдоров** напечатал первую книгу — «Апостол» — в 1564 г.

Буквы, которыми печатались слова, назывались *литерами*. Литера — название греческое, означает деревянный брусок с буквой на конце. Эти брусочки с буквами складывались в слова, слова — в строки, строки — в страницу. Набранная страница покрывалась типографской краской и отпечатывалась на бумагу. Когда было напечатано нужное количество экземпляров (тираж), набор рассыпался, а затем набирались следующие страницы.



◀ С. М. Волнухин.
Памятник
первопечатнику
Ивану Фёдорову.
Москва

Печатный станок
Иоганна Гутенберга ▶



▶ Первая печатная
книга Ивана
Фёдорова
«Апостол»



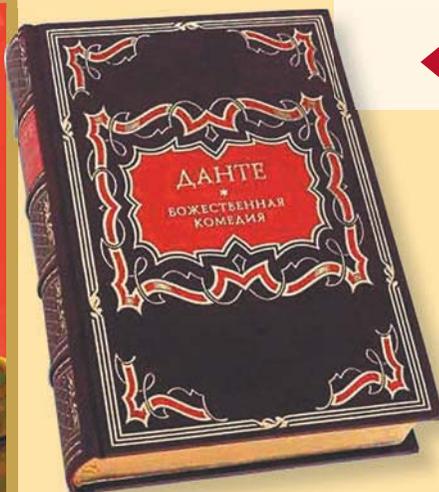
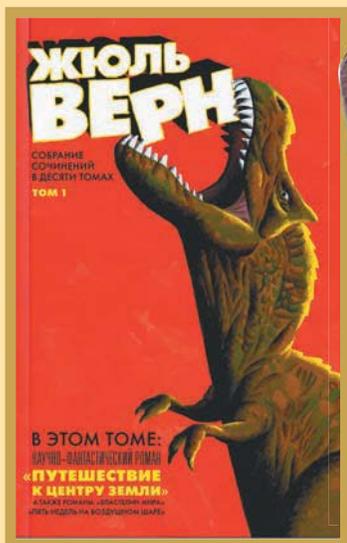


В дальнейшем процесс упростился: металлические буквы стали делать меньшего размера, увеличилось количество текста на странице, возросли тиражи книг. Книга становилась дешевле, доступнее, демократичнее. Сейчас типография — это станки, автоматика, тонны бумаги в огромных рулонах...

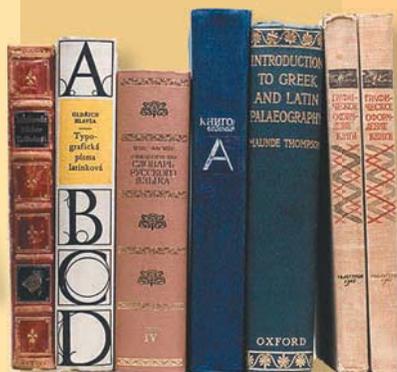
Нас прежде всего интересует работа дизайнера в книге. Жанр книги — роман, поэтический сборник, учебник, детектив и т. д. — подчёркивается художественным оформлением всей книги.

Начинается книга с **переплёта или обложки**. Это и реклама книги, и её защита от неаккуратного использования одновременно. Книги служат порой не только одному хозяину, но и его потомкам. Их читают, к ним возвращаются в течение всей жизни...

Переплёт дизайнер придумывает весь целиком, в развёрнутом виде: обе стороны и **корешок**, на который, как и на первую сторонку переплёта, выносятся *название книги и имя автора* для удобства поиска книги в ряду других.



◀ Варианты оформления переплётов современных изданий ▶





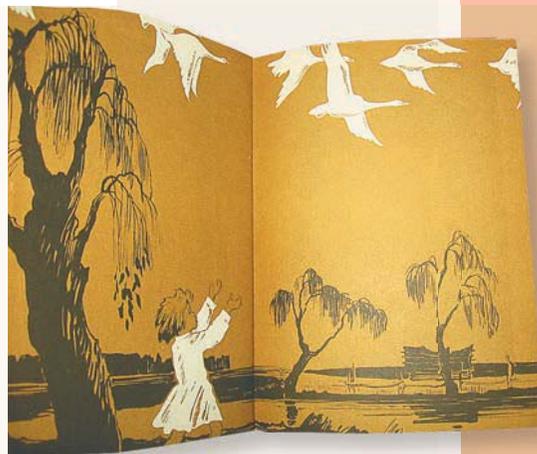
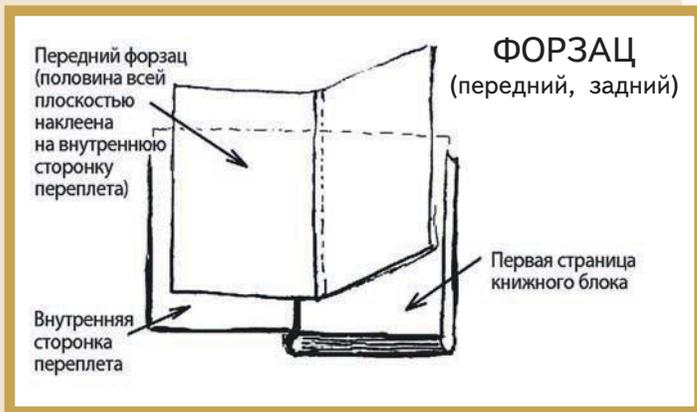
Дизайнер создаёт цветовой решение переплёта, независимо от того, многокрасочный он или монохромный, определяет шрифт, которым будет выполнено название, его размер, композиционное расположение. Случается, что шрифт не подбирается из готовых шрифтов, а сочиняется специально в соответствии со стилем издания.

Многие книги снабжаются также и **суперобложкой** — дополнительной обложкой, надеваемой поверх переплёта. Она держится на переплёте при помощи широких загибающихся краёв-клапанов. Суперобложка — элемент оформления книги.

Суперобложка, как правило, выглядит очень нарядной, а сама обложка при этом бывает оформлена скромно, но добротно (кожаная, матерчатая или картонная).

Макет книги определяет всю композицию издания: расположение текста и иллюстраций на страницах, а также художественное решение всех элементов книги. Макет создаётся дизайнером книги.





Форзац — лист бумаги, одной половиной приклеенный к внутренней стороне переплётa. Он чаще всего украшается орнаментальным, сюжетным рисунком или тонируется каким-то одним цветом.

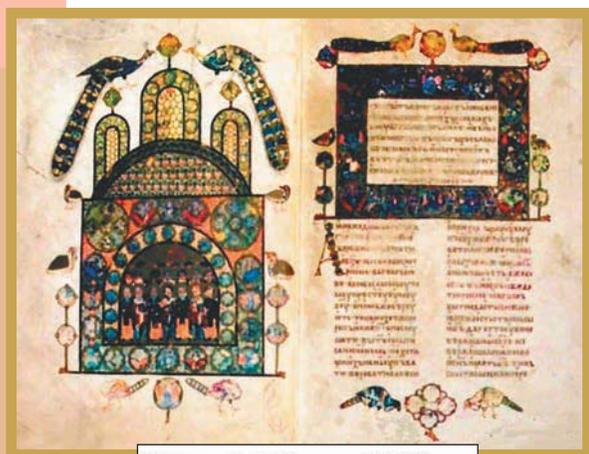
Титульный лист, или **титул** — заглавный лист книги, на котором даются фамилия автора, название книги, год и место издания. Иногда титульный лист украшается иллюстрацией или декоративной заставкой.

Титульному листу может предшествовать начальная страница книги, называемая **авантитул**. На нём могут помещать наименование серии, заглавие книги, название издательства и т. д.

Шмуцтитул — отдельная страница или разворот книги с вынесённым на него названием следующей главы или части книги. На шмуцтитул могут быть помещены заставка, главная иллюстрация и даже коллаж.

Разворот — это две смежные страницы книги, оформляемые художником как единое целое.

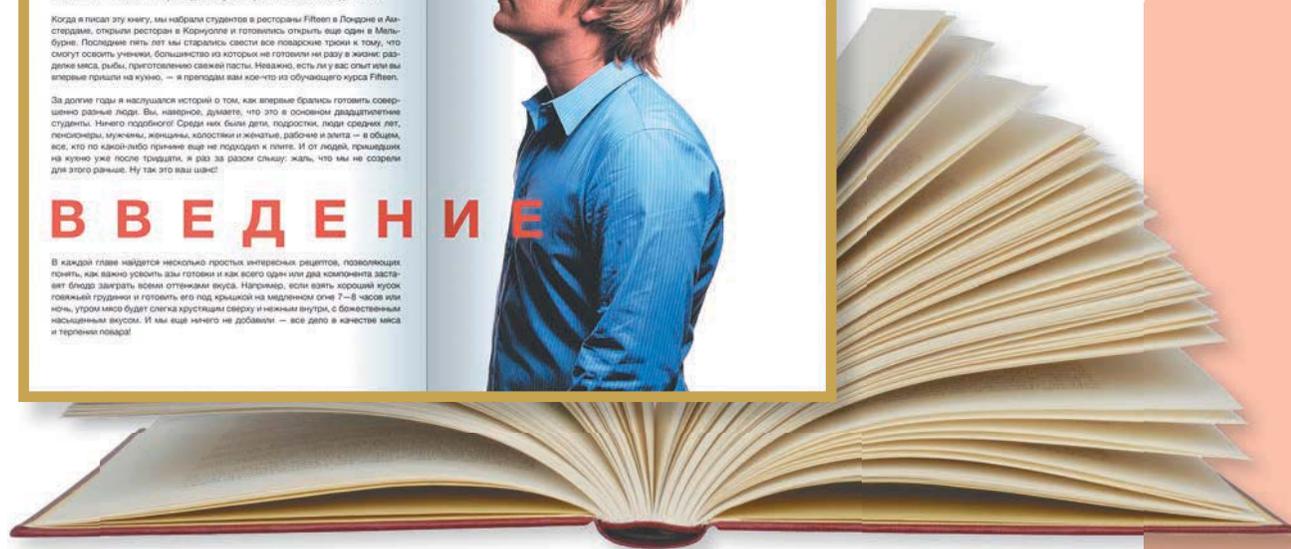


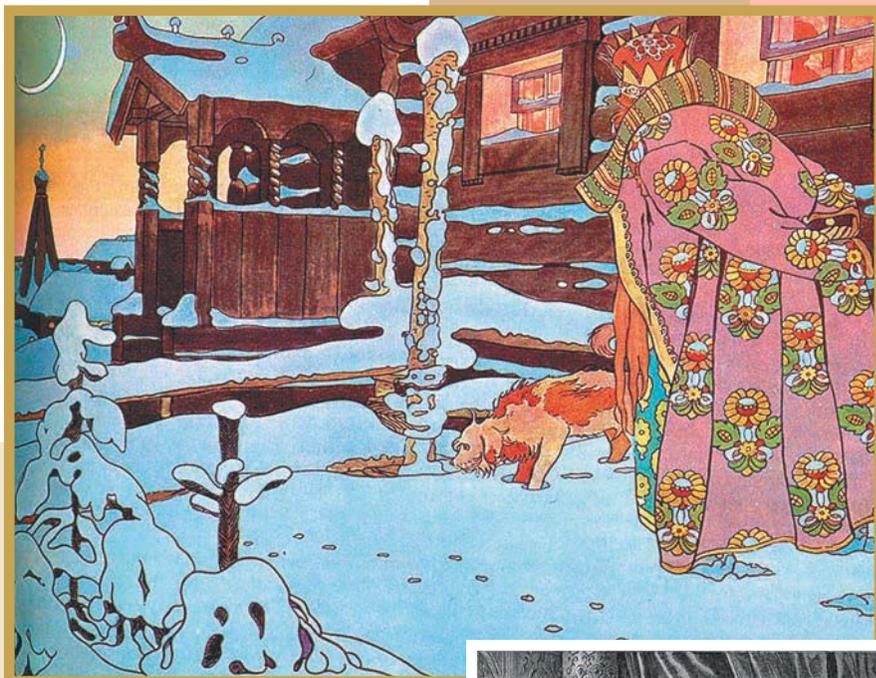


Заставка — иллюстративная композиция (чисто орнаментальная или изобразительная), открывающая главу, часть или раздел книги. Она как бы предваряет дальнейшее повествование, подчёркивая настроение и тон того текста, который за ней последует.

Буквица — старинный элемент оформления книги, представляющий собой значительно увеличенную начальную букву раздела текста. Буквица может быть соединена с небольшим декором.

Концовка — небольшая композиция, представляющая собой орнамент или условное изображение, которое заканчивает какой-либо раздел текста. Иногда это просто цветное пятно, несколько точек или штрихов.





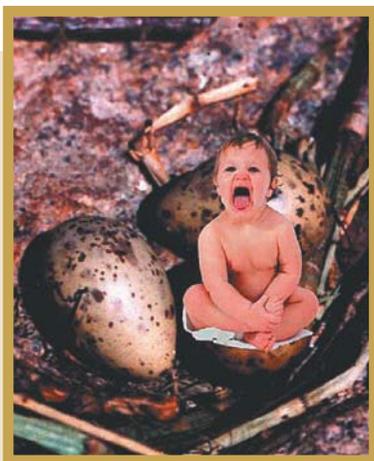
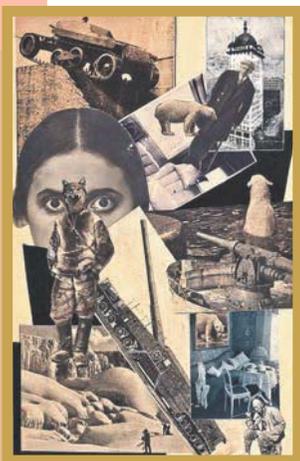
Различные типы иллюстраций
в книжных изданиях

Книжный разворот в книге может быть также украшен **иллюстрациями**. Иногда в них есть прямая необходимость, например, если книга является учебником или принадлежит к научно-популярной литературе. Порой иллюстрация носит просветительский характер, например, в исторических романах помогает почувствовать атмосферу времени, познакомить с интерьерами, одеждой, оружием, предметами эпохи, описываемой в тексте.



Непревзойдённым мастером иллюстрации в XIX в. был французский художник Гюстав Доре, им создано огромное количество иллюстраций к Библии, «Божественной комедии» Данте, «Дон Кихоту» М. де Сервантеса, «Гаргантюа и Пантагрюэлю» Рабле, «Путешествиям Гулливера» Свифта и многим другим произведениям. Из отечественных иллюстраторов необходимо вспомнить И. Я. Билибина, Д. Н. Кардовского, М. В. Добужинского, Ф. А. Бруни, В. А. Фаворского, Н. С. Гончарову, Т. А. Маврину, Н. В. Кузьмина.





▲ **А. М. Родченко.** Фотоколлаж к поэме В. В. Маяковского «Про это»

▲ Использование фотографий в коллажах

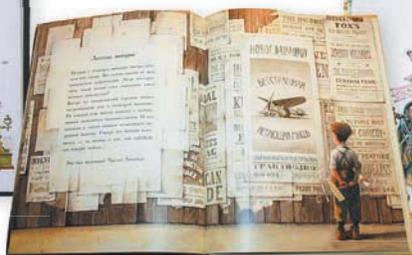
Фотографии и репродукции используют для иллюстрирования научно-популярной литературы, учебников, книг по искусству. Фотоколлажами (композициями, монтируемыми из фотофрагментов, текста, пятен цвета) иллюстрируют поэзию и даже художественную прозу. Одним из первых создателей коллажных фотоиллюстраций был известный фотограф, художник и теоретик искусства А. М. Родченко.

Современные фотоколлажи, хотя и не такие многословные и стильные, но не менее мощные по своему воздействию.

Иногда иллюстрации ничего не иллюстрируют, а просто украшают книгу, создают определённое настроение для восприятия текста, особенно если это поэзия.

И конечно же, иллюстрация в книгах для малышей — средство приучения к чтению, потому что изображение «впитывается» быстрее текста. Недаром говорится в пословице: «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Иллюстрации из книг своего детства каждый вспоминает с большой теплотой всю жизнь!

Но не только в детских книгах главенствует иллюстрация. Взрослым читателям она тоже небезразлична! Хотя в книгах, адресованных им, оформление не такое красочное и «вольное», как в книгах для детей, но оно более информативное.



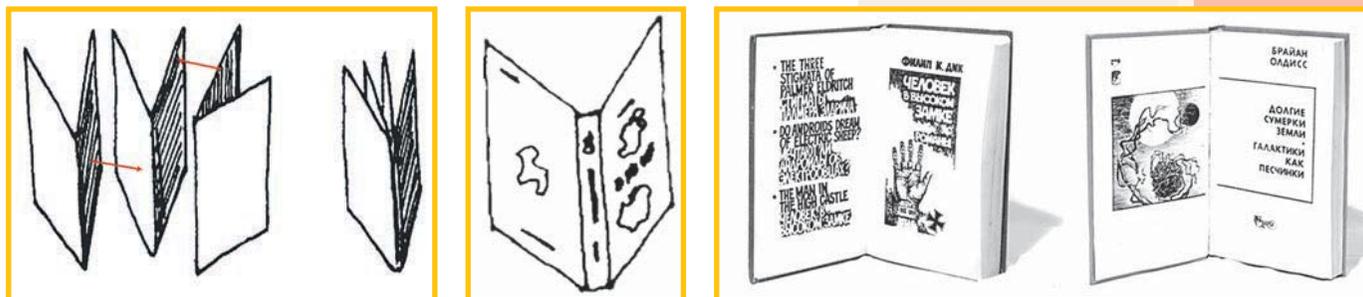
ЗАДАНИЕ

Сделайте *макет книги*.

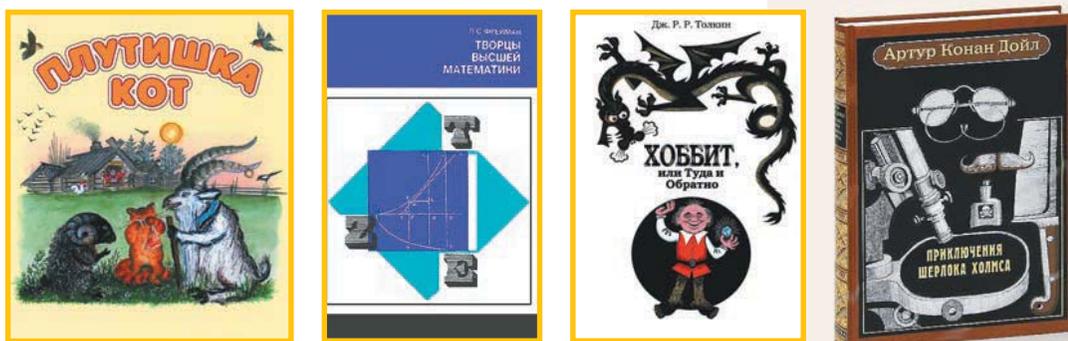
В макет должны войти: 1) переплёт; 2) форзац; 3) авантитул и титульный лист; 4) развороты (два-три); 5) шмуцтитул. Как обычно, у вас могут быть два варианта работы: первый — работа в материале, второй — выполнение макета на компьютере.

Первый вариант. Нужно взять 6—7 листов чертёжной бумаги размером А-4, согнуть их поперёк и, намазав клеем половинки по периметру, сброшюровать книжечку (клей возьмите резиновый или «Момент-кристалл прозрачный»).

Отдельно сделайте переплёт для вашей книги (можно из цветной бумаги). С него и начните! В большинстве случаев переплёт содержит изображения, особенно в книгах для детей. Это могут быть чёрно-белая или цветная графика, фотография, фотоколлаж. Переплёт — это «ворота» в книгу, её витрина. Первое впечатление должно быть притягивающим и убедительным. Переплёт в какой-то степени — плакат на тему содержания книги. Изображение на нём — скорее не прямая иллюстрация содержания, а метафора основной идеи книги.



У учебных и научно-популярных книг дизайн переплёта достаточно строгий. Он должен быть предельно точным и обоснованным. В основе разработки — концептуально точный и деловой стиль, передающий суть содержания.



Шрифт для названия книги лучше «набрать», вырезав буквы (не обязательно по контуру) из заголовков журналов, или напечатать на компьютере. Стиль написания шрифта должен соответствовать прежде всего содержанию книги. Например, вы делаете переплёт книги про космические путешествия или про что-то ультрасовременное, а название книги вдруг даёте старинной вязью. Получится полное несоответствие! Постарайтесь выдерживать стилистику шрифта, содержания и оформления.

Следующий за переплётom разворот — форзац. Его можно оставить чистым, а можно сделать изобразительным, не забывая при этом о стиле оформления книги в целом.

За форзацем следуют авантаитул и титульный лист. Они продолжают «мотивы» обложки: имеются в виду стиль и гарнитура шрифта, графическая стилистика изображения. Фон на этих страницах часто оставляют белым, иногда тонируют цветом или делают фоновое изображение.

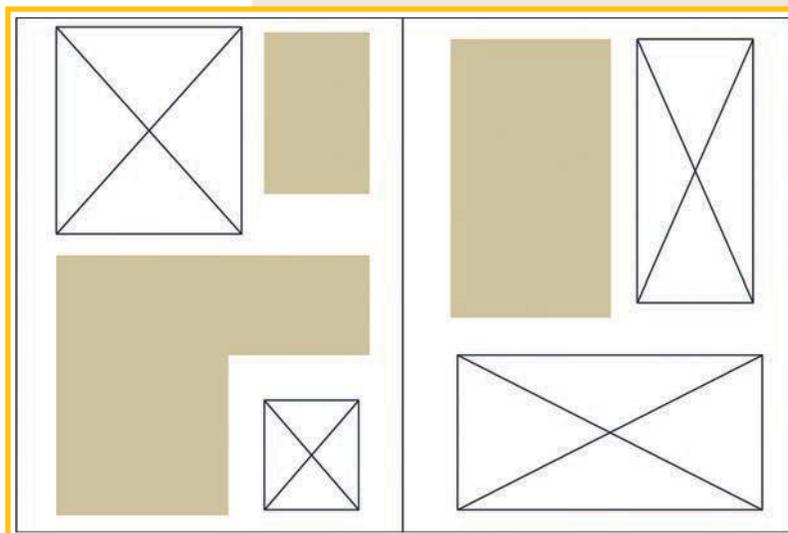
Перед началом макетирования вы можете в эскизе на бумаге слегка наметить карандашом расположение иллюстраций и текста.

Компьютер, конечно, поможет вам в любом из видов дизайнерской деятельности, но продолжайте упражняться в рисунке!

Второй вариант. Выполнить макет книги на компьютере. Если ваши намерения серьёзны, осваивайте программы Photoshop, InDesign или QuarkXPress. А для начала можете всё проделать в программах Paint, Word, для иллюстраций использовать Paint Net.

Выполняйте макеты переплётa и разворотов в формате А-4 (альбомный) или в команде «Вид» группируйте макеты разворотов по две страницы. Графику для макета можете создать свою, а затем, сканировав, вставить в макет.

Выполнение
макета
разворота
книги



Графический дизайн на трёхмерных объектах.

Упаковка товаров

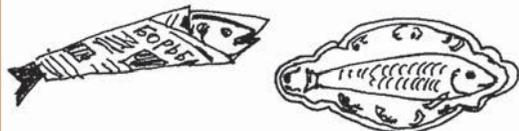
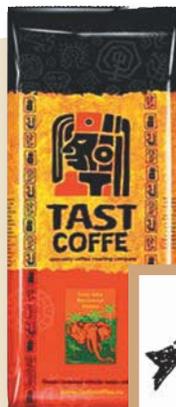
Какие могут быть трёхмерные носители графического дизайна? Таких объектов сравнительно немного. Прежде всего это товарная упаковка, а также объёмные элементы наружной рекламы (вращающиеся кубы с логотипами, автофургоны, рекламные тумбы), элементы интерьеров с графикой, сувенирная продукция. Да и вы сами, если наденете футболку с логотипом или слоганом, станете трёхмерными носителями рекламы. Но об этом чуть позже — сначала рассмотрим упаковку.

Насколько древняя история упаковки? Можно сказать, что с библейских времён. Достаточно вспомнить древние амфоры, деревянные короба, бочоночки, бочки, мешки из джута и рогожи и т. д.



Когда производство бумаги с середины XIX в. удешевилось, её стали использовать в качестве упаковки. Постепенно изменилось и роль упаковки: к функции сохранности и доставки товара добавилась информация о нём. Упаковка — это активная часть **маркетинга**, т. е. средство продвижения продукции или услуг от производителя к потребителю.

Упаковка имеет функцию и защиты, и информации, и конечно, эстетическую функцию. Она делает товар узнаваемым, создаёт так называемый бренд, делает товар удобным при транспортировке. Покупатели предпочитают приобретать товар в красивой и удобной упаковке, несмотря на то, что упаковка входит в его цену.



Варианты современных упаковок. Эскизы упаковок

Примерные этапы создания упаковки дизайнером.

1. Разработка концепции. Чтобы сделать правильную упаковку, нужно видеть цель её создания, её функциональность, условия хранения, возможную технологию производства упаковки и многое другое, связанное с системой рынка. Это требует профессионального погружения в материал.

Теперь же потренируемся в разработке концепции. Представим себе ситуацию: вы — дизайнер рыбокомбината. Вам говорят: «Что-то наша рыбка в магазине не очень смотрится. Надо бы более оригинальную упаковку придумать». Вы, посообразав, предлагаете вариант с юмором. Селёдка в кульке из газеты (имитация газеты, конечно, полиэтиленовая) — упаковка в стиле «ретро», 1920-е гг. Ни у кого такой нет...

Вам возражают: «Технологи не пропустят — дорого перестраиваться, краска дорогая. Да и покупателю не понравится — рыбу не видно, а вдруг она внутри переломанная». Тогда Вы предлагаете: «Давайте другой вариант: с готовой селёдочницей, да ещё с золотым ободком, запаянная в полиэтилен». «Вот, это лучше, доработайте. И назовём селёдку "Царская", можно прямо на стол ставить». Подобные поиски действительно характерны для дизайнера, создающего нечто новое.

2. Разработка элементов. Выбор оптимального варианта включает: правильный по величине, начертанию и цвету шрифт; общее колористическое решение и композицию; расположение всех элементов по плоскостям и объёмам. При этом следует учитывать символику основных композиционных решений упаковки. Как ни странно, но и здесь вы встречаете симметрию и асимметрию. Причём, симметричное расположение элементов композиции на упаковке говорит о приверженности производителя традициям, о любви к порядку, о продуманности, о постоянстве и ответственности, об устойчивом положении на рынке. Асимметричная компоновка говорит о динамичности, энергии, напористости, свободе, новизне, творческом поиске.

В общую композицию упаковки входят тексты (шрифт) и всякого рода изображения. К *информационным элементам* относятся: название продукта, товарный знак изготовителя, информация об особенностях продукта и при необходимости ряд других информационных позиций. К элементам *изобразительным* относятся: изображение самого продукта (если это возможно и нужно), фоновые пятна с информацией, символические изображения и т. д. В изображениях на упаковке используют и фотографии. Большое значение имеет цветовое решение упаковки и интересная стилизация изображений.

Упаковка должна быть привлекательной по цвету: в одних случаях цвета выбирают контрастные, а в других — строгие, сближенные. Есть и традиционные цветовые соответствия продукта и упаковки. Например, молоко и молочные изделия «просят» присутствия белого цвета в упаковке, хлеб и бакалея тяготеют к тёплой гамме. Может быть учтён также корпоративный цвет фирмы производителя.

3. Тестирование. Это следующий этап выпуска упаковки в свет. Идёт выявление недостатков в пробных экземплярах. В процессе учебного проектирования упаковки также очень полезно коллективное обсуждение упаковок. Могут возникать следующие замечания: надпись не читается, использован сложно читаемый шрифт, или он теряется на фоне, или расположен неудобно для чтения. Бывает, что выбраны неудачные сочетания цветов, не сбалансирована композиция, использованы банальные, избитые изображения и т. п.



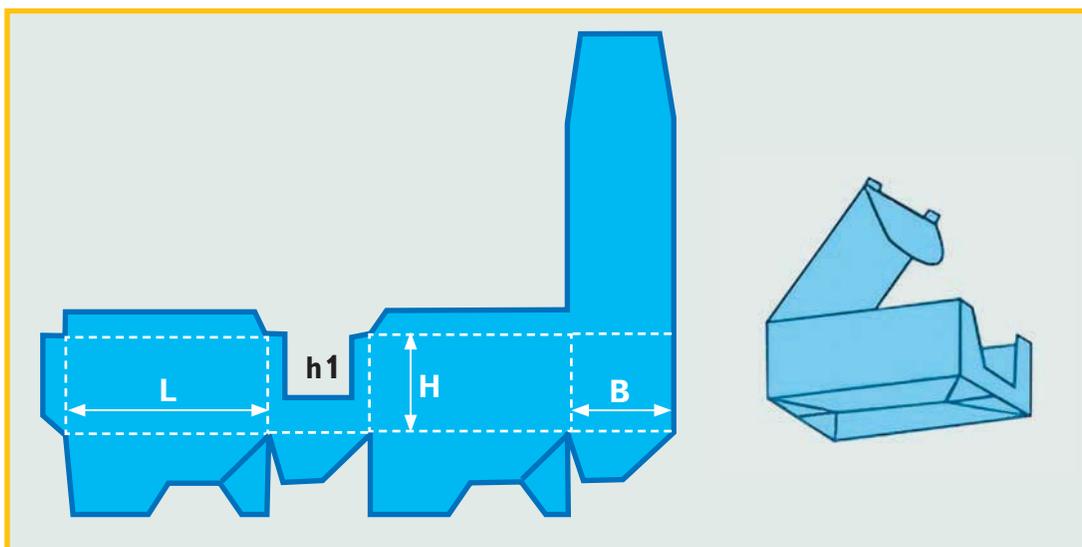
▲
Варианты современных упаковок.
Учебные работы

ЗАДАНИЕ

Сделайте *макет упаковки*.

Приступая к этому процессу, определитесь с конструкцией вашей упаковки.

Можно идти разными путями:



1) скопируйте и увеличьте эту раскройку, близкую к элементарному кубу, смонтируйте на этой коробке свой оригинальный дизайн (шрифт, изображения, декор, мелкий текст — в технике коллажа). Причём основное слово, название (одно!), выклейте из журналов или наберите и распечатайте на компьютере; остальные тексты — в виде «рыбы», т. е. просто любые строчки. Часто у подобных упаковок бывает два главных «фасада», возможно, с повторяющимся изображением и названием;

2) напишите в поисковике Интернета «выкройки упаковок». Выберите понравившуюся выкройку, скопируйте, увеличьте, вырежьте из плотной бумаги, а затем сделайте коллаж — макет упаковки. Можно добавлять фактурные украшения и т. п.;

3) придумайте свою оригинальную конструкцию упаковки для любого предмета или продукта, оформите её;

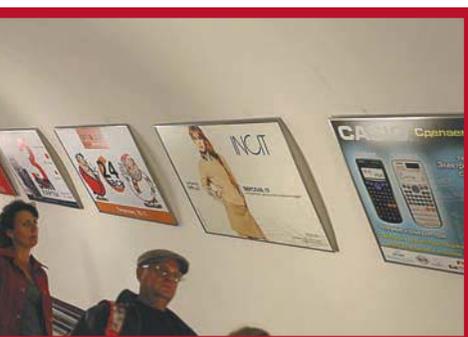
4) выполните макет упаковки на компьютере. Можно смонтировать её оформление на готовой выкройке, затем напечатать, вырезать и склеить. Можно нарисовать свою упаковку в одном ракурсе и далее через Photoshop или Paint Net вставить изображения и текст.

Реклама в городе. Дизайн в наружной рекламе.

Реклама на различных носителях

Реклама — прелесть, она такая красивая, но она так надоела... Так рассуждает основной потребитель рекламы. Прелесть — обман, обольщение, читаем мы в «Толковом словаре русского языка» Д. Н. Ушакова. Обман, конечно, происходит не всегда, но обольщение — суть рекламного процесса.

Все знают, что такое реклама, но далеко не все смогут дать ей определение. Вот одно из наиболее внятных: **«Реклама** — это однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к объекту рекламирования». Допустим, вы хотите стать дизайнером по рекламе, и вам отчётливо ясна последняя часть формулировки: на платной основе привлекать внимание аудитории к какому-то объекту. И вы становитесь частью «индустрии рекламы». Вы находитесь в середине цепочки между рекламодателем продукта, который вы рекламируете, и потребителем. В этом состоит ваша «неличная коммуникация», вы передаточное звено. Сейчас существует большое количество рекламных агентств, которые своей деятельностью стараются охватить все виды рекламы. И вы как дизайнер можете пробовать себя во всех видах этой деятельности, исключая рекламу на радио и прямой маркетинг, когда нужно общаться с потребителем напрямую, описывая словесно продаваемый продукт. Если вы поняли, в чём состоят особенности композиции, что такое доминанта, композиционный ритм, культура цвета, паузы и сгущённость элементов, то вы сможете работать в любом виде рекламы.



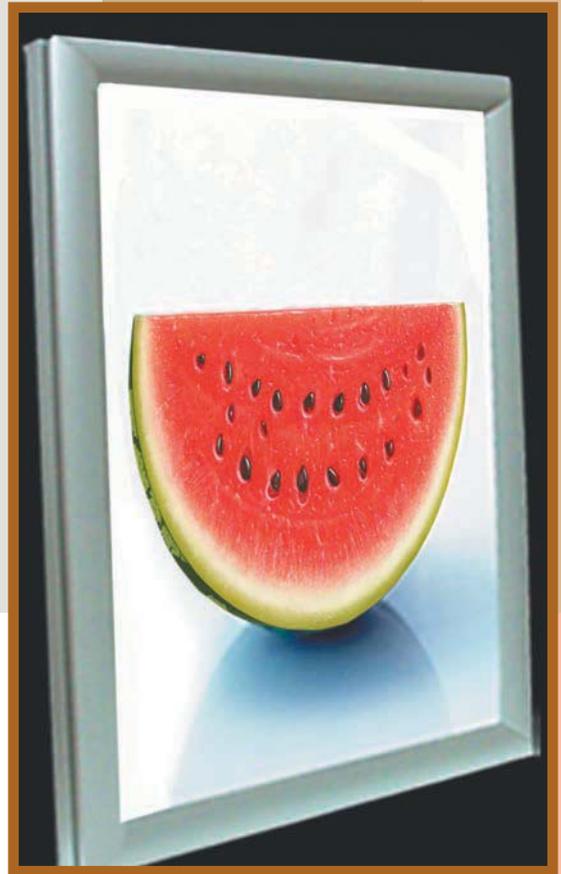


Виды рекламы:

- реклама внутри помещений: в торговых точках, аэропортах, на вокзалах, в кинотеатрах, бизнес-центрах, местах развлечений, а также в учреждениях, поликлиниках и т. д.;
- наружная реклама (вывески, рекламные щиты и пр.);
- печатная реклама (рекламные буклеты, листовки и пр.);
- реклама на телевидении и в других СМИ;
- реклама в Интернете.

Виды рекламы внутри помещений. *Схема* ▼





Вы сможете создавать рекламу сами с помощью компьютера и большого печатного и режущего станка — плоттера. Главное помнить, что в основе всех видов рекламы лежит изображение, кадр и... *художественный вкус.*

Варианты наружной рекламы в городе





По своей адресной направленности реклама подразделяется на:

- коммерческую рекламу (продвижение товаров и услуг с целью получения экономической прибыли);
- социальную рекламу (популяризация здорового образа жизни и иных общественно полезных целей, борьба с загрязнением окружающей среды и т. п.);
- политическую рекламу (поддержка или критика политического курса страны, победа на выборах, борьба за власть).

Виды внешней рекламы. *Схема* ▼





В мире рекламы постоянно происходят обновления как технологического, так и эстетического порядка, в ней также просматриваются свои популярные и модные тенденции.

Большинство плакатов с рекламой размещаются на билбордах, брендмауэрах, транспарантах-перетяжках.

Билборд — рекламный щит большого размера для размещения наружной рекламы, который устанавливается вдоль улиц, трасс. Щит представляет собой раму, обитую листами оцинкованной стали или фанеры, покрытую специальными (атмосферостойкими) составами, закреплённую на опоре.

Брендмауэр — разновидность наружной рекламы: плакат, расположенный на торцевой стене здания. Другие названия: брендмауэрное панно, щит настенный.

Транспарант-перетяжка (рекламная растяжка) — один из носителей уличной рекламы. Это полоса материи с рекламой, закреплённая над улицей при помощи тросовых конструкций. Транспаранты-перетяжки размещаются над проезжей частью, поэтому всегда находятся в поле зрения водителей и пешеходов. Иногда изготавливаются нестандартные рекламные растяжки, имеющие выступающие элементы или дополнительное освещение.

Но это не исчерпывает всю палитру городской рекламы. Можно вспомнить бегущие строки на крышах домов, огромные светодиодные экраны на фасадах, рекламу на транспортных средствах и т. д.

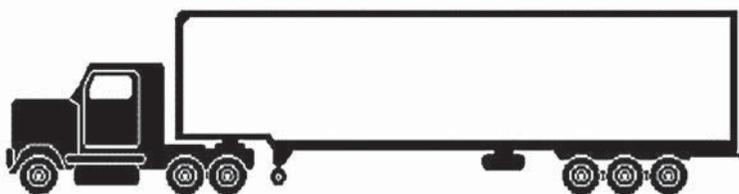


ЗАДАНИЕ

Выполните *эскиз рекламы* на корпусе автофургона, троллейбуса, автобуса или трамвая.



Основу, т. е. «чистый» фургон, трамвай и т. п. можете срисовать контурно, либо найти в Интернете и напечатать. Затем способом коллажа или в смешанной технике сделайте эскиз рекламы.



Можно задание целиком выполнить на компьютере.



Сочетание текста и реального предмета в рекламе. Инсталляция.

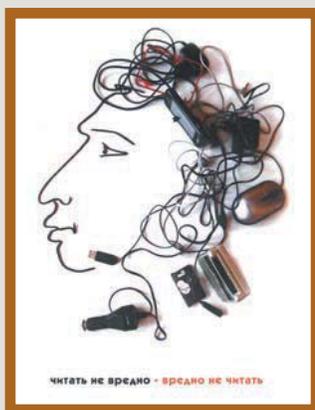
Витрина

Рекламные щиты с различными «натуральными» фрагментами очень популярны в последнее время. Чаще всего они очень остроумны и порой столь же убедительны. Использование объёмных элементов в плоскостных рекламных плакатах пришло из такой провокационной ветви изобразительного искусства как **инсталляция**.

Слово «инсталляция» произошло от английского глагола *installation* (установка, размещение, монтаж), что связано с технологией изготовления инсталляции. Это не графика и не живопись, а именно установка, монтаж, пространственная композиция из различных элементов — бытовых предметов, промышленных деталей, различных материалов и природных объектов, текстов и картинок. Вступая в необычные сочетания, обычные вещи освобождаются от своего привычного назначения, приобретая функцию символическую, плакатную.

Билборды — крупноформатные рекламные щиты, часто с использованием инсталляций



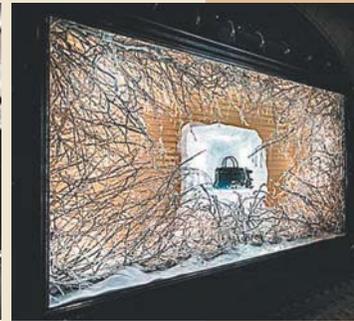


Следует заметить, что есть инсталляции настенные, часто даже уподоблённые картине и имеющие раму. Их образно-смысловой язык выстраивается по *монтажным принципам плаката*, где присутствует контраст, сопоставление разнотипных объектов, укрупнение деталей, введение текста и т. д. Есть инсталляции, составленные в пространстве выставочного зала, и есть инсталляции просто «на природе». Такие инсталляции тяготеют к абстрактной скульптуре, а порой к эпатажу.

В игре смыслов и заключается основное эстетическое содержание инсталляции. Какое отношение к дизайну имеет инсталляция? Вроде бы никакого: взяты готовые новенькие предметы, а также выброшенные на свалку, затем они скомбинированы в какие-то ситуации с ироничными названиями. Возникает игра смыслов, которую надо суметь сочинить. Эта игра, эта провокация цепляет наше внимание, а натурализм предметов совсем не смотрится банально. Всё это работает как в дизайне плаката, так и в такой отрасли рекламного дизайна, как *витрина*.



▲
Пространственные
инсталляции ▶

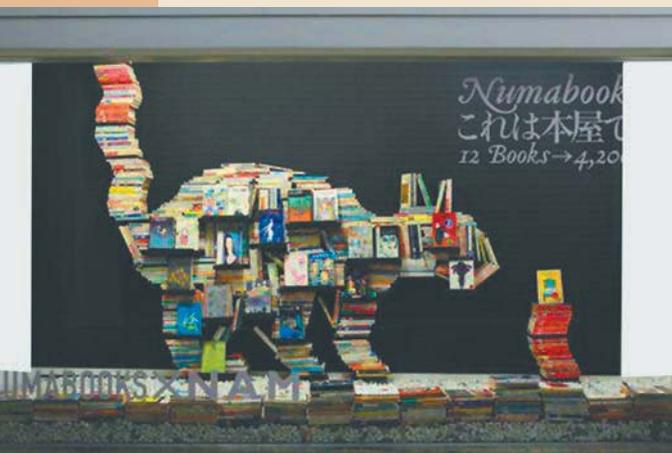


Витрины могут быть недороги по используемым материалам, но требуют аккуратного, тщательно продуманного и достаточно трудоёмкого процесса изготовления. Витринная инсталляция сродни плакату, поэтому часто в ней присутствует какой-либо текст.

Витрина, как часть магазина, должна выполнять **следующие функции**:

- указывать на ассортимент товаров в магазине, имеющих в продаже;
- показывать товары-новинки, отражающие новые веяния моды, пропагандировать эстетику быта;
- напоминать о смене сезонов;
- соответствовать фирменному стилю магазина в целом;
- художественный уровень витрины должен соответствовать внешнему культурному пространству городской среды и быть его частью;
- оформление витрины магазина в определённой степени может служить инструментом ценообразования и влиять на общую маркетинговую политику магазина или компании.

Рыночная экономика в нашей стране не стоит на месте, она продолжает развиваться и совершенствоваться, создаются новые технологии и средства рекламы. Сама организация рекламной деятельности тоже меняется, вплетаясь в область маркетинга и экономики.



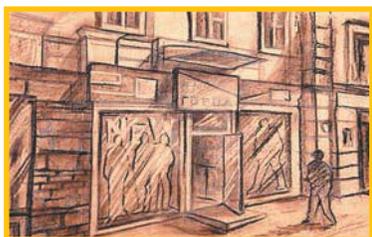
◀ Сочетание реальных предметов и шрифта в дизайне витрины ▶

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ «МАКЕТ ВИТРИНЫ»

Приступая к разработке дизайн-проекта, имейте в виду, что работа может быть как индивидуальной, так и коллективной (в группе по два-три человека).

В начале выбирается тема витрины, и идёт поиск пластического образа, «сюжета» витринной композиции в зависимости от товара, подбирается и уточняется весь реквизит.

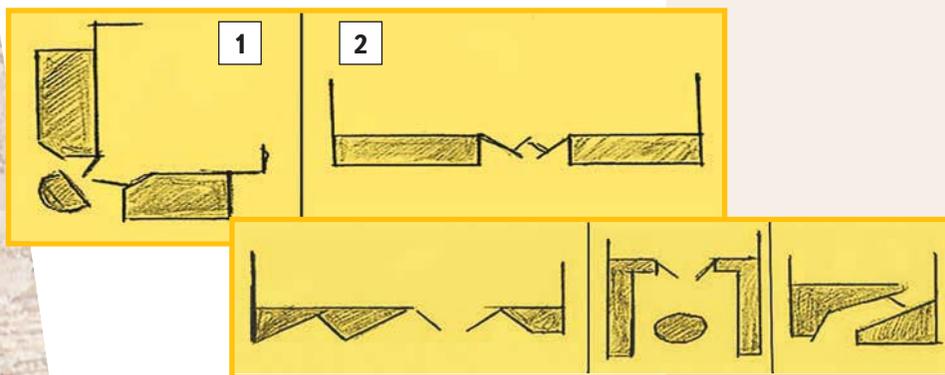
Затем вы приступаете к разработке *эскиза-идеи* витрины. Сначала это общий архитектурно-конструкционный набросок всего портала витрины (профессионалы чаще всего делают эскиз на компьютере в 3D-программах).



У каждой витрины может быть своя *конфигурация*, зависящая от фасада здания, в котором она располагается. В макете, который вы начинаете делать, эффективная зона входа в магазин целиком зависит от вашей фантазии. Варианты могут быть самые разные. На рисунках внизу изображены планы входной зоны (заштрихованные фигуры — сами витрины). Самая простая по начертанию зона (2); угловая зона с выносной витриной-аквариумом (1) и остальные порталы с различной геометрией.

Грамотно оформленная витрина подталкивает потенциального покупателя немедленно купить вещь, увиденную на витрине, и побуждает снова вернуться в этот магазин.

Вы можете запланировать просто одну протяжённую витрину, как в крупных магазинах, а можете разбить витрину на тематические модули.





Витрина магазина одежды. Учебная работа

Это пример ученической витрины, выполненной достаточно продуманно и аккуратно. Здесь витрина угловая, но с углом вовнутрь. Отметим, что витрины часто бывают открытые, когда задняя стенка либо отсутствует, либо она прозрачная, и фоном служит интерьер магазина. Вы, конечно, можете подобрать большую фотографию интерьера и сделать макет с открытой витриной, но в учебных целях будет лучше выбрать полуоткрытую или вовсе витрину закрытого типа.

После того как вы определитесь с конструкцией всей витрины, приступайте к разработке *концептуальной идеи оформления витрины*. Необходим выбор общего эмоционально-психологического настроения, некоего рекламного послания, обращенного к целевой аудитории. Эта идея может быть поддержана крупной фоновой фотографией. Вот, для примера, несколько групп тем для создания того или иного фона: а) любовь, дружба, утешение, игра, симпатии, праздники, бодрость и т. д.; б) карьера, скорость, честолюбие, охота и т. д.; в) семья, мир, традиции, отечество, безопасность, природа и т. д.; г) поиск, независимость, искусство, философия, инновации и т. д.

Витрины различаются по типу *художественного решения композиции*. Есть **товарные витрины**. В их композиции доминирует товар из ассортимента магазина на фоне текстовых, цветowych, изобразительных и фотоблоков (составляющих антураж реальным предметам). **Сюжетные витрины** включают разработанные дизайнерами инсталляции, привлекающие внимание прохожих и лишь ассоциативно связанные с тематикой товара.



Проект витрины мебельного магазина

Бывают также **товарно-сюжетные витрины**, в которых товары выставлены оригинальным способом, связанно или в контраст с каким-то игровым сюжетом или тематикой, требующей специального оформительского реквизита (цветы, ветки, куклы, геометрические объёмы и пр.). Ещё есть **акционные витрины**, анонсирующие какую-либо акцию: сезонные скидки, распродажи товаров, бонусные продажи и т. д.

Вспомните, какие вспомогательные элементы дизайна присутствуют в витрине. Это разного рода манекены (в полный рост, торсовые, бюсты, отдельные ноги, руки и пр.), которые могут быть монохромными или многоцветными. Манекены бывают также плоскими, силуэтными, фотоманекенами. Используются различного рода подставки под продукцию (подиумы, геометрические объёмы, ажурные конструкции, вешалки и пр.), а также букеты и другие фитокомпозиции, муляжи, ткани, мебель.

В ваших макетах, конечно, трудно добиться предметной иллюзорности, натуралистического изображения товаров, объёмных манекенов и т. д. Используйте природные материалы (сухоцветы, камни и др.), детских кукол, их одежду, упаковки букетов и т. д. Отправной конструкцией могут служить обувные и прочие коробки, пригодятся также коробочки из-под косметики. Остов витрины может быть выклеен из пенопласта.

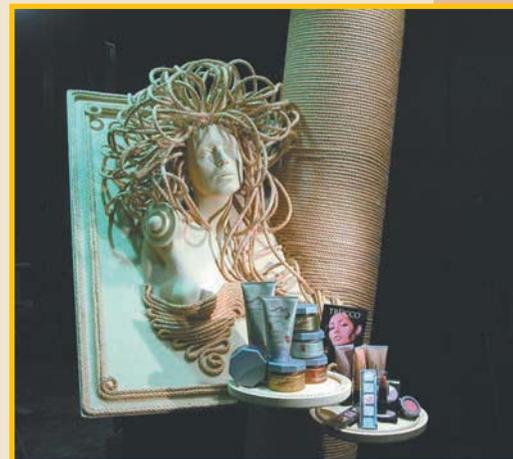


Витрина магазина художественных материалов. *Учебная работа*

Не оставьте без внимания **колористическое решение витрины**. Если имеется фирменный, корпоративный колористический набор данного магазина или фирмы-учредителя, то надо его использовать. Не забывайте о том, что такое цветовая гармония и какая цветовая гамма наиболее визуально привлекательна.

Очень важно в витрине **освещение**. Направленный цветной свет, движущая подсветка в витрине играют большую роль, но в вашем макете подсветка необязательна. Однако её можно создать с помощью светодиодов, лампочек от фонарика или самим фонариком в момент показа.

Можно выполнить работу на компьютере в 3D-программах и даже в Paint или в Word. Гуляйте по городу, смотрите витрины и создавайте оригинальные эскизы витрин сами!



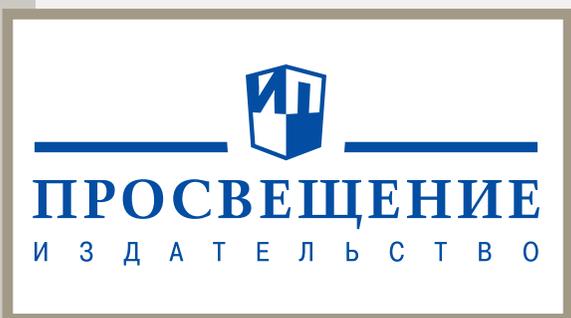
Глава 2. Фирменный стиль



Логотип. Шрифт, знак и цвет в создании фирменного стиля. Стилистическое единство элементов

Важнейшей частью рекламной, коммуникативной политики практически любого предприятия является создание фирменного стиля. *Стиль* — это совокупность признаков, характерных для направления в искусстве, творческой манеры художника, деятельности группы людей, объединённых общими интересами.

Фирменный стиль — это эстетическое единство цветовых, графических и словесных символов, обеспечивающих вместе с продукцией и услугами устойчивое и узнаваемое лицо фирмы. Кроме этой внешней функции фирменного стиля, у него есть и задача внутренняя — создание единой корпоративной культуры, внутренней поведенческой этики, воспитание чувства гордости за фирму, коллективизма, часто поддерживаемых единым для всех уровней сотрудников дресскодом.



Система фирменного стиля включает в себя следующие основные элементы:

- логотип;
- фирменный лозунг (слоган) — постоянно используемый фирменный оригинальный девиз;
- фирменный комплект шрифтов;
- фирменные цвета;
- постоянный коммуникант (лицо-образ компании).

Фирменный стиль, все его элементы формируют имидж фирмы, помогают потребителю находить её товар и её предложения, вырабатывают у него положительное отношение к этой фирме, которая позаботилась о том, чтобы облегчить проблему выбора. Фирменный стиль как бы подтверждает надёжность фирмы, гарантирует, что у неё налажен образцовый порядок, как на производстве, так и в любой другой сфере деятельности.

Когда начинают разрабатывать фирменный стиль? Буквально с момента зарождения *идеи* о создании фирмы, так как при её регистрации уже фиксируется название, а это один из словесных символов. Итак, фирма начинается с *товарного знака*, который может быть как графическим изображением, лаконичным визуальным образом компании, так и словесным символом, логотипом. «Как корабль назовёшь, так он и поплывёт», — гласит фраза из известной повести. Поэтому большинство предприятий и фирм носят позитивные, оптимистические наименования. Если это аббревиатура, то тоже благозвучная, хлёсткая и легко запоминающаяся.

Очень многое в успешности продвижения продукции любого предприятия зависит от оригинального *логотипа*. Особенно при наличии конкурентных товаров или услуг, ведь логотип представляет лицо компании, её символ. Он должен быть простым для восприятия, содержать легко запоминающуюся, красиво стилизованную символику фирмы. В создании логотипа очень важно удачно выбрать *шрифт*. Надо отметить, что современная потребительская аудитория избалована хорошими по шрифтовым начертаниям логотипами. Букв в них немного, но шрифт в большинстве случаев неповторимый, авторский.

Логотип — элемент фирменного стиля



Само словосочетание «фирменный стиль» подразумевает стилистическое единство и логотипа, и всей документации. После «спуска корабля на воду» начинается деловая активность фирмы: переписка, заключение контрактов и т. п. Для этих целей заказываются фирменные бланки с логотипом или товарным знаком, визитные карточки и постепенно вся «именная» документация.

Большую роль в создании имиджа компании помимо шрифта играет *фирменный цвет*. Портфолио фирмы отличает цвет, который служит её индикатором. В большинстве случаев монохромный, чёрно-белый фирменный цвет существует как вариант основного полноцветного решения, содержащего один доминирующий, основной цвет и два-три вспомогательных, создающих общую эстетику стиля. Светлые оттенки фирменных цветов могут быть применены в качестве фона в текстовых бланках.

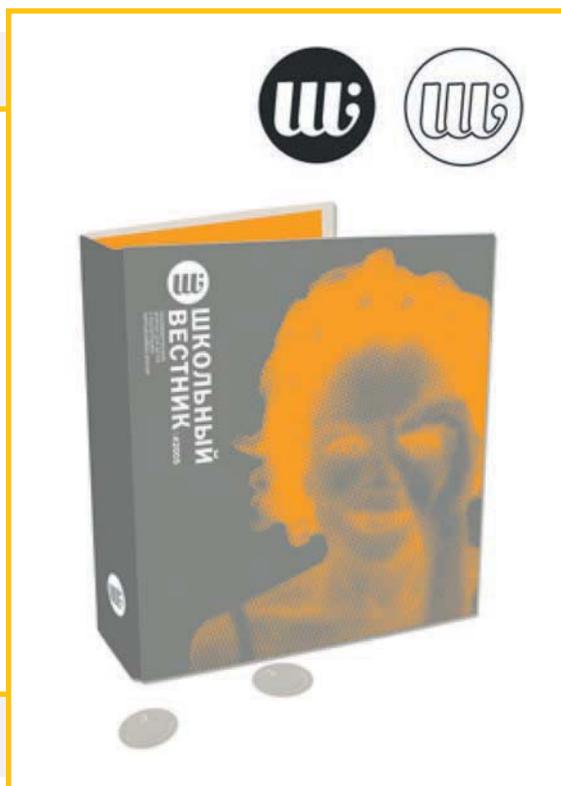


Следует отметить, что дизайнер, разрабатывающий фирменный стиль, должен продумывать композицию всех таких, казалось бы, незначительных элементов, как визитки, бумага для записей, фирменные бумажные папки, конверты, бонусные карты, прайс-листы и т. д. Все эти мелочи порой оказываются столь же значительны, как и вывеска над входом или рекламный плакат. Ведь люди держат их в руках и рассматривают с близкого расстояния не только по необходимости, но и потому, что дизайнер смог найти удачное, свежее решение...

ЗАДАНИЯ

1. Выберите любое короткое слово (можно собственного сочинения) или аббревиатуру из трёх-четырёх букв и создайте *три варианта логотипа* (товарного знака):

- а) знак в виде буквы с вашим словом;
- б) знак в виде цветового пятна или пятен (в два-три цвета) любой геометрической или произвольной формы плюс ваше слово;
- в) знак, содержащий выбранное вами слово и любое стилизованное изображение, совпадающее или контрастирующее по смыслу с этим словом.



Элементы фирменного стиля.
Работы студентов

Задание можно выполнить в технике коллажа или на компьютере.

2. Сделайте эскиз композиции любого фирменного бланка, шапка которого содержит логотип фирмы (размер бумаги А-4, А-5 или А-6). Задание выполняйте в технике коллажа или на компьютере.

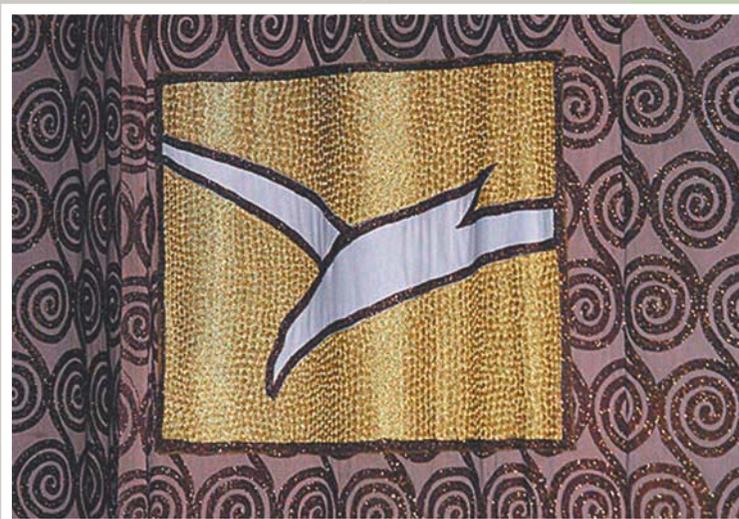
Фирменный стиль в системе рекламы и маркетинга.

Корпоративная одежда

Настоящий дизайнер должен всегда помнить об этике и морали, проще говоря, о совести, находясь во взрослом плавании в рекламном бизнесе. Рекламных агентств сегодня много, и они хватаются за любой заказ, порой не оглядываясь ни на что. И далеко не вся реклама правдива: были и есть «дутые» банки, финансовые пирамиды, хорошо раскрученные некачественные товары. Но в большинстве случаев реклама информативна, добросовестна и реалистична.

Фирменный стиль — это наиболее современный и действенный вид рекламы. По сути своей фирменный стиль составляет основу всей маркетинговой политики организации. Конечно, дизайнер непосредственно маркетингом не занимается, он сочиняет стиль фирмы и весь комплект аксессуаров, к нему относящийся. Поэтому не будем перегружаться сейчас маркетинговой терминологией: вы освоите её по мере необходимости в процессе профессиональной деятельности. Однако вам нужно знать, что такое *целевая аудитория*. Если, например, фирма выпускает детские товары, то почему бы не сочинить некий персонаж, возможно рисованный, который будет *корпоративным героем* фирмы.

Даже во МХАТе есть свой символ — чайка.





На целевую аудиторию опирается выбор так называемого *коммуниканта*, или лица компании. Это уже не рисованный, а реальный человек, даже знаменитость, используемые в плакатах или рекламных роликах в целях получения качества, основательности для имиджа компании. Немногие из актёров могут устоять перед соблазном быть коммуникантом.

Два-три элемента фирменного стиля: изобразительный товарный знак и логотип, к которым часто добавляют фирменный слоган (лозунг), вкпе образуют *фирменный блок*. Слоган — это как бы девиз компании.

Слоган, например, одной из фирм, создающей фильтры для очистки воды: **Мойте воду перед едой!**



Коммуникант на рекламном плакате — лицо компании или фирмы



Слоган одного из банков:

Не откладывай жизнь на завтра!

Фирменный стиль находит своё выражение в рекламной, сувенирной продукции, выпускаемой к различным пиар-акциям: презентациям, распродажам, общегородским праздникам, участиям в выставках и ярмарках и пр. Выпускаются всевозможные сувениры с логотипом и фирменным цветом. Раздаются рекламные буклеты и проспекты, маленькие и настенные календари, шариковые ручки, блокноты, бейсболки и майки с логотипом, брелки и фирменные значки и т. д.

Общее количество элементов фирменного стиля по разным оценкам доходит до двухсот. В это число входят также оформление фирменного транспорта, элементы наружной рекламы, оформление интерьеров офиса, мест продаж, витрин, упаковок товара, периодических выставочных акций. И всё это подчинено *единой художественно-дизайнерской концепции*.

Удачный фирменный стиль способен влиять на корпоративный дух сотрудников, на появление «фирменного патриотизма».

В большинстве случаев работники фирмы снабжаются бейджиком. Бейджик — элемент в виде значка, наклейки, карточки, предназначенный для предоставления информации о его носителе. Бейджик содержит текст, фирменный знак, которые позволяют идентифицировать лицо, которое его носит.



Варианты корпоративной одежды

Чувство команды может поддерживать **корпоративная** — фирменная — **одежда** единого фасона, цвета. Это может быть фирменная спецодежда для исполнительского состава и единые костюмчики для офисных сотрудников. Работники фирмы могут просто иметь единые шейные платки или галстуки одного цвета. При этом не все сотрудники должны выглядеть одинаково, если только речь не идёт об обслуживающем персонале.

Корпоративная одежда — это неотъемлемая составляющая позитивного имиджа компании, организации и любой другой структуры. Самым ярким примером корпоративной одежды можно назвать форменную одежду вооруженных сил страны. По одной только форме можно узнать вид войск и ранг военного. Форма выглядит эстетично, она удобна при носке в любых условиях. Правила носки корпоративной одежды можно в какой-то степени приравнять именно к правилам ношения военной формы.

У многих серьёзных компаний есть своя корпоративная форма одежды. В одних компаниях она чётко оговорена (например, в пунктах договора), в других же она негласная.



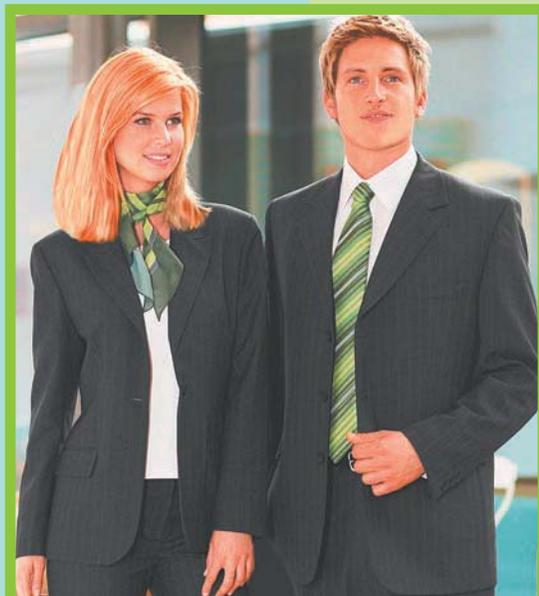
Корпоративная одежда — неотъемлемая часть имиджа фирмы



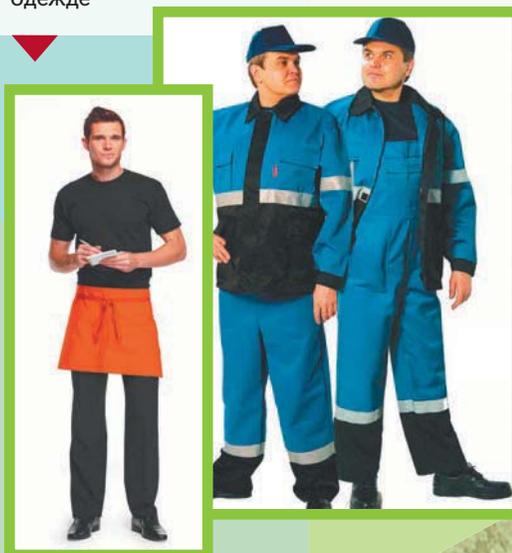
Сдержанность в сочетании с модой — вот что нужно учитывать при разработке фирменной одежды. В последние годы эта одежда всё чаще включает в себя сочетание ярких цветов. Например, если к женскому костюму нейтрального цвета добавить яркие *аксессуары* или эффектные туфли, этот образ будет иметь право называться корпоративной одеждой. Можно также сделать *акцент на фактуре или принте ткани*: полоска или клетка на костюме может сделать образ свежее, но не позволит выйти за рамки приличия согласно этикету сотрудника.

Можно придумать множество вариантов отличительных черт в одежде, но главное, что должно сплачивать единый коллектив, это качественный, творческий, добросовестный труд.

Элементы корпоративной культуры — это система духовных и материальных ценностей, проявлений, которые взаимодействуют между собой. Они присущи определённой компании и отражают её индивидуальность.



Цветовые акценты в корпоративной одежде



ДИЗАЙН- ПРОЕКТ «РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО СТИЛЯ»

Работа над дизайн-проектом может быть как индивидуальной, так и коллективной (по два-четыре человека). Выполняться проект может в технике коллажа и с помощью компьютера, а также полностью на компьютере. Рисовать и повторять много раз эмблему и логотип со слоганом от руки очень сложно, да и работа это механическая. Поэтому хотя бы одни эти повторы лучше делать с помощью компьютера. Выбор и количество носителей фирменного стиля определяется совместно с учителем. Их довольно много, рекомендуемые к исполнению помечены звёздочкой, остальные — по выбору.

Деловая атрибутика: фирменный бланк письма*; конверт*; фирменные бланки различных видов документов; визитная карточка или бейджик*; папка-регистратор (обложка)*.

Реклама фирмы: реклама в прессе; радио- и телереклама; выставочный стенд; реклама на транспорте*; наружная реклама*; указатель проезда; указатели расположения; указатели направления; вывеска*; таблички на дверях; значок, нашивка; одежда сотрудников.

Фирменный стиль продукции фирмы: упаковка; упаковочная бумага; ярлыки и наклейки*; инструкции по эксплуатации.

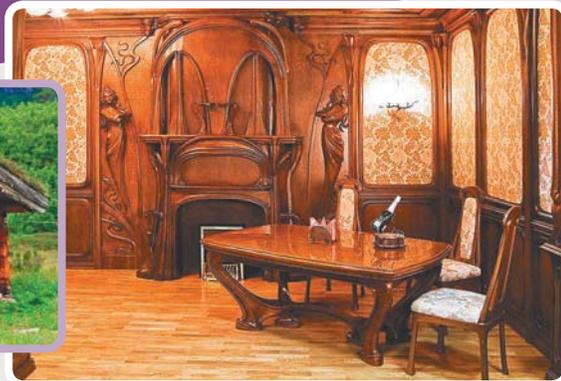
Атрибутика презентаций и рекламных акций: проспект*; информационный лист; буклет; календарь; плакат; вымпел; сувениры* (по выбору одна-две штуки); одежда сотрудников; пакеты, сумки*.

Корпоративная одежда: одежда персонала ресторана, команды экскурсионного судна, музыкального ансамбля или симфонического оркестра и т. д. Одежду можно создавать способом коллажа, в сочетании с рисунком или просто нарисовать свой вариант корпоративной одежды.



Глава 3.

Дизайн интерьера и городской среды



Пространственно-колористическое решение интерьера жилой комнаты.

Зонирование помещения. Дизайн деталей интерьера

Уже с пещерных времён дизайн среды начинался для человека с внутреннего вида его жилища.
Что создаёт **дизайн интерьера?**

Во-первых, архитектурное пространство. Когда-то внутренняя архитектура здания по своему стилю соответствовала внешнему архитектурному стилю: так было во дворцах и избах, в храмах и общественных сооружениях. Это выражалось в общей стилистике элементов декора, схожести отделочных материалов. Однако в нынешние времена, в современных «геометрических» постройках наперекор внешней архитектуре люди порой сооружают в квартирах имитацию лепных украшений, даже в «хрущёвках». И тем не менее, первое, что составляет интерьер — это архитектура, от которой изначально зависят высота потолка, конфигурация стен, окон, дверных проёмов и поверхность полов (не говоря уже о двухуровневых помещениях).

Во-вторых, дизайн интерьера организуется подбором мебели и оборудования, включающего в себя осветительные приборы, отопление, бытовую технику, сантехнические устройства и прочее оснащение.

В-третьих, среда интерьера строится с учётом функциональных процессов, т. е. образа жизни человека, формирующего пространство и эмоционально-психологическую атмосферу в нём.

Мебель — одна из главных составляющих интерьера. На всём пути своего исторического развития мебель, как и само здание, как одежда человека, находились под влиянием художественной культуры в целом, *стилей*. Увидеть тот или иной стиль можно в пропорциях домов, мебели и одежды, а также в их декоре, элементах украшений и отделке. По этой причине дизайнер, который хочет заниматься организацией средового пространства, должен иметь представление обо всех архитектурно-художественных стилях. Это даст ему возможность использовать мотивы того или иного стиля при проектировании интерьеров, городской среды или фрагментов ландшафта.

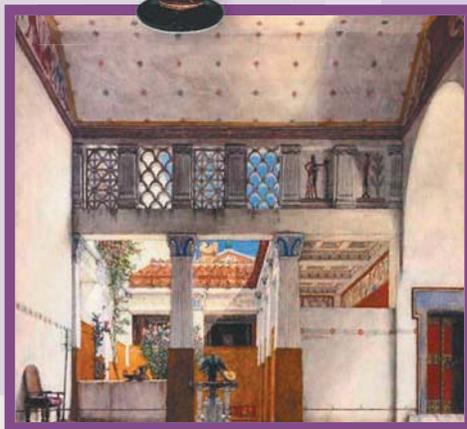
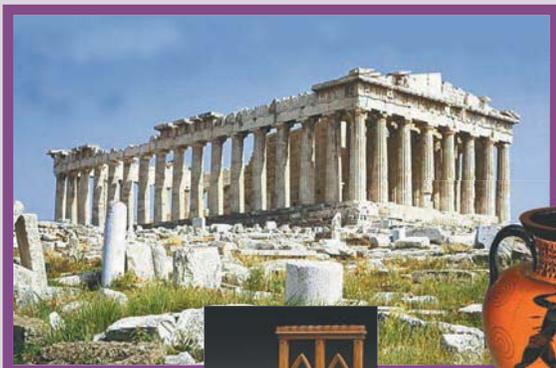
Сказать, что и поныне существует такое единение архитектурного стиля с конструированием мебели и одежды затруднительно. Стоит взглянуть вокруг, и станет очевидным, что, например, одежда в наши дни пошла «своим путём».



Интерьер ванной комнаты



Стилевое единство интерьера с «разностилевыми» стульями



Дизайн интерьера — это отдельная увлекательная область дизайна, направленная на создание помещений с целью обеспечить удобство и эстетически приятное взаимодействие среды и человека. Дизайнер создаёт интерьеры жилых пространств, помогает оптимизировать труд людей в рабочих помещениях, улучшает навигацию, разрабатывает оформление различных специализированных интерьеров (например, студий звукозаписи, кинотеатров, аквапарков и т. д.). Дизайнер управляет всем процессом оформления интерьера, начиная с планировки помещения, освещения, систем вентиляции, акустики, отделки стен и заканчивая размещением мебели. С момента своего возникновения дизайн интерьера предполагал работу не только над убранством помещения, но и над его эргономикой.

Большая часть жизни современного человека проходит в разнообразных помещениях, поэтому окружающему интерьеру необходимо уделять особое внимание. Неграмотный дизайн интерьера или хаотичная обстановка в помещении могут вызывать раздражение или даже депрессию, стресс, а грамотно составленный дизайн-проект может изменить жизнь человека к лучшему! Многие люди, желая поменять свою жизнь к лучшему, начинают именно с изменения интерьера жилища.



◀ Перед вами мебель, одежда и архитектура разных эпох. Эти изображения демонстрируют стили, доминировавшие в различные исторические времена

Для воплощения проекта интерьера в жизнь обычно подготавливается *комплексный проект*, который должен отражать все технические требования и эстетические пожелания к современному офису или квартире. Грамотно выполненный дизайн позволяет раскрыть сущность владельца дома и наполнить каждый сантиметр пространства интерьера красотой и смыслом.

Дизайн интерьера — это нечто большее, чем расстановка мебели в помещении. Работа над интерьером также не должна быть связана только с украшательством или пресловутой «отделкой интерьера», она должна быть в первую очередь подчинена интересам человека, условиям его жизни.

Интерьер жилища, независимо от желания человека, проживающего в нём, отражает его внутреннюю сущность, характер и темперамент, а также определяет уровень его жизни и в какой-то мере социальный статус.



Дизайнеру необходимо знать и учитывать в творческой работе историю стилей оформления интерьера, особенности освещения и светотехники, отделочных материалов, оборудования и многое другое.

«Дизайн — это не только форма. Дизайн — это также функциональность, стиль жизни и её продолжительность».

К. Нордстрем, Й. Риддерстрале,
шведские философы

Важную роль в создании интерьера квартиры играет **дизайн отдельных помещений**.

Подобно тому, как театр «начинается с вешалки», так и квартира начинается с **прихожей**. Чем могут встретить нас хозяева квартиры? А) «поэтическим беспорядком», презрением к вещизму; б) идеальной аккуратностью и продуманным удобством; в) уютом и гостеприимством; г) демонстрацией оригинальности и т. д.

Для воплощения той или иной идеи нужно использовать знакомые вам композиционные приёмы: сбалансированность и гармоничность масс, плоскостей и объёмов; основной акцент композиции, её доминанта; цветовое решение. Цветовая гамма интерьера является одним из важнейших элементов, создающих дизайнерскую организацию интерьера помещений. Именно **цвет** создаёт настроение, эмоциональную атмосферу как отдельных комнат, так и всей квартиры в целом. Это отнюдь не означает, что цветовая гамма должна быть единой для всех помещений. Однообразие окажется монотонным и утомительным! Цветовой климат должен отвечать тому настрою, который человек желает получить от того или иного помещения.



▲ Цветовая доминанта в интерьере

Несмотря на разнообразие прихожих на фотографиях, существуют цветовые рекомендации для этого рода помещений — использовать комбинации светлых и пастельных (ненасыщенных) тёплых цветов. Контрастной доминантой могут быть предмет мебели, любой аксессуар, которые в первую очередь будут говорить об эстетических предпочтениях хозяев, ведь это помещение можно назвать визитной карточкой квартиры. Вариаций наполнения прихожей мебелью, оборудованием, элементами декора существует бесконечное множество, их стилистика самая разнообразная. Однако есть необходимые в обиходе предметы, которые нужно учитывать при проектировании: вешалка или шкаф-купе (чем меньше вещей на виду, тем лучше); стул, банкетка или кресло, чтобы присев сменить обувь; полочка для сумок, перчаток; место для зонтиков, трости и т. п.

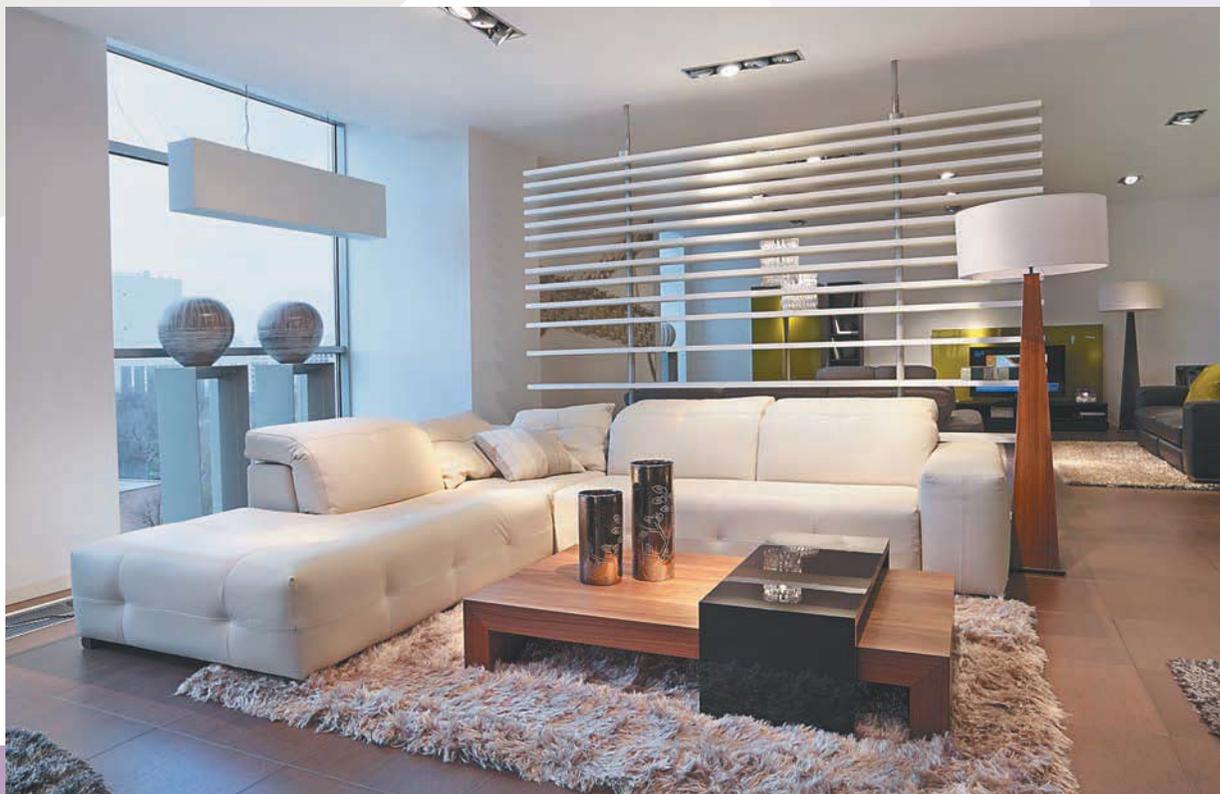
Коридор или **холл** как бы развивают тематику «визитной карточки» квартиры, поэтому цветовая гамма прихожей может быть продолжена или цвет может приобрести слегка изменённый градиентный оттенок. Отдельные фрагменты стен могут быть украшены набивным (по трафарету) или фресковым декором в один-два цвета. Пол должен быть из того же материала, что и в прихожей. Эти помещения принято называть нежилыми, хотя там может находиться, например, подстилка для собаки.



«Пришёл с улицы — помой руки», — так говорят все родители и врачи. Последуем их совету... **Ванная комната и санузел:** чаще они отдельные, иногда совмещённые. Небольшое замечание для начинающего дизайнера: в новостройке квартира может оказаться не только без отделки, но и без перегородок, поэтому разметку помещений, их обмер, совмещённость и несовмещённость придётся делать самому. Цветовой доминантой в ванной и туалете бывает цвет самого санитарного оборудования, даже если оно просто белое.

Теперь зайдём и в **комнаты...** Одно из основных правил: *стены тонально должны быть светлее пола и темнее потолка.* Цвет штор на окнах должен быть темнее цвета стен. И ещё: для детей хорошо подойдут контрастные сочетания тёплых ярких цветов; для взрослых — сочетания холодных цветов пастельной тональности. Цвет дверей должен быть контрастным по отношению к цвету стен. В детской цвет мебели должен быть максимально насыщенным, чтобы дети лучше ориентировались в пространстве.

Цвет может помочь визуально *расширить пространство комнаты,* если он однотонный и светлый, если же выбраны тёмные оттенки — *пространство сузится.* Если вы хотите удлинить комнату, используйте в декоре горизонтальную полосу. Если хотите визуально увеличить высоту помещения, примените полосы вертикальные. Зеркала, как известно, увеличивают пространство комнаты, однако при этом не следует располагать их напротив друг друга и напротив входа в помещение.





▲
◀ Принцип большой
квартиры: каждой
комнате — своя
функция

Конечно, хорошо, если у каждого члена семьи своя комната или отдельная комната для определённой функциональной деятельности: кабинет, столовая, спальня, детская и пр. Но очень часто одна комната предназначается для различных функций. Например, кабинет — спальня — «тренажёрный зал». Или столовая — спальня — комната для музыкальных занятий и т. д.

Жильё — это первоначальная ячейка организации среды, и в большинстве случаев в качестве дизайнера проявляет себя вся семья. Если же к созданию интерьера привлекается дизайнер-профессионал, то тогда его задача — спланировать и реализовать разделение комнаты на функциональные зоны, учитывающие образ жизни и пожелания членов семьи, т. е. произвести **зонирование помещения**.

Если площадь комнаты невелика, нужно рационально использовать каждый её метр. В комнате можно объединить две-три, максимум четыре функции; большее количество зон неизменно приводит к хаотичному загромождению предметами. Чаще всего на зоны делят самую большую комнату — гостиную.



▲
Зонируют помещения не всегда по причине малого метража. Часто зонирование вносит смысл и логику даже в большие пространства

Зонирование осуществляется самыми разными способами. Посмотрите на этот коллаж и сами определите, какой способ зонирования применён в каждом отдельном эпизоде.

Зонирование может быть следующим:

- с помощью мебели, раздвижных дверей;
- с помощью фальшь-перегородок, складных ширм (иногда витражных полотен);
- с помощью арок;
- с помощью разнофактурного потолка;
- с помощью декоративных конструкций;
- с помощью подиумов;
- с помощью ковров, штор;
- с помощью напольного покрытия;
- с помощью освещения;
- с помощью барной стойки для разделения мягкой мебели и обеденного стола;
- с помощью лёгких стеллажей;
- с помощью стеклянных перегородок.

ЗАДАНИЕ

Выполните *проект интерьера*.

Начните работу с фиксации вашего пластического замысла в виде небольшого *наброска* на листке бумаги, а точнее говоря, — с неопределённого количества «почеркушек», которые помогут вам определить этот замысел. Когда добьётесь некоторой кристаллизации идеи, приступайте к выполнению внятного *эскиза* вашего проекта.

Для этого вам предлагается несколько вариантов выполнения эскиза, выбор которых зависит от уровня вашей графической подготовки и от степени владения компьютерными программами.

Вариант 1: графическое изображение интерьера на белой или тонированной бумаге.

Вариант 2: на белой или тонированной бумаге делается графический рисунок пустого помещения, в который способом коллажа помещаются вырезанные из журналов и рекламных проспектов мебель и прочие аксессуары интерьера (можно с нарушением перспективы).

Вариант 3: к плану помещения с развёрткой стен прилагается коллаж из журнальных вырезок, фотографий (с изображением образцов обоев, ковров или напольных покрытий, мебели, светильников и фрагментов декора) с указанием примерной цветовой гаммы:

а) коллаж прилагается к фотографии пустого помещения или к его графической зарисовке;

б) коллаж выполняется на компьютере в программе Photoshop.

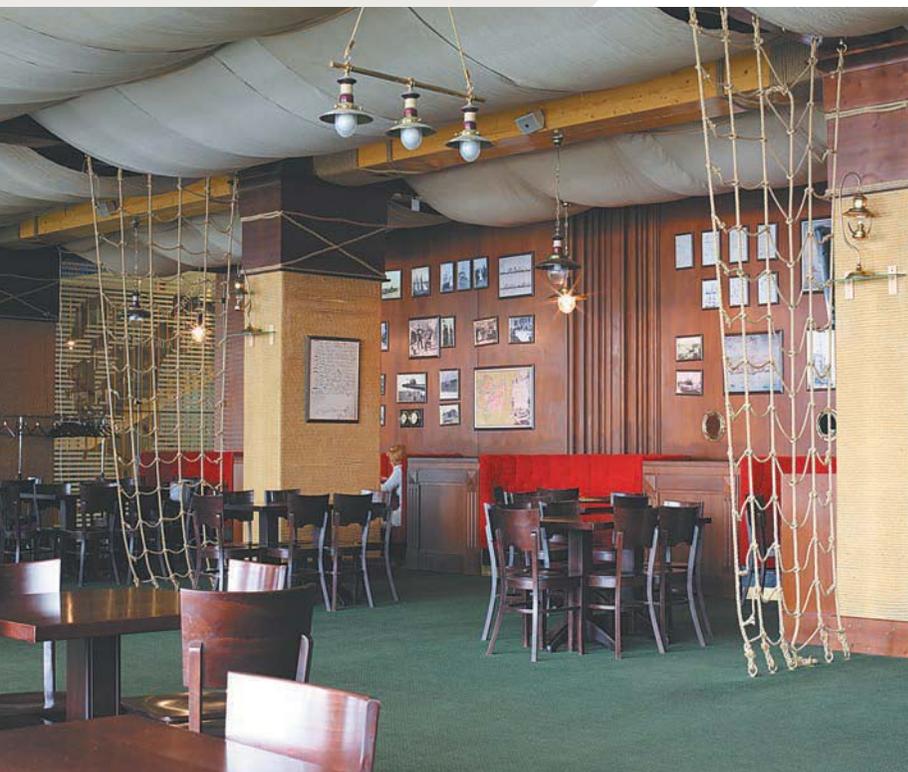
Вариант 4: макет комнаты с зонированием выполняется на компьютере с использованием 3D-программ.



Внутренняя среда здания. Цвет и фактура в интерьере.

Макет интерьера общественного помещения

Большую часть суток современный человек проводит в тех или иных *общественных местах*. Окиньте мысленно взглядом свой день и оцените, сколько времени вы проводите в стенах родного дома и сколько — в общественных помещениях, которые создавались специалистами в области дизайна и архитектуры потому, что людям вовсе не безразличны эти интерьеры. Особенность интерьеров в том, что они должны быть приятными и приемлемыми для широкого круга людей.





▲
◀ Варианты оформления интерьеров: интерьеры кафе, зала заседаний, зала ожидания на вокзале

Организация комфортного и продуманного дизайна интерьера того или иного общественного места должна учитывать и его назначение, и поток людей, посещающих его, и безопасность, и инженерные коммуникации, и освещение, и зоны отдыха, и материалы, из которых он будет создаваться. Обустройство интерьеров общественных мест требует множества согласований с пожарными, санитарными медиками, экологами и т. д.

Однако сейчас сосредоточимся на оригинальном композиционном и цветовом замысле, на воплощении его в эскизном проекте, пусть даже и слегка фантастическом. Это можно объяснить тем, что важнейшей частью проекта, связанного с дизайном среды, с организацией пространства, является его *визуализация* или, говоря проще, *наглядность*. Интерьеры и любые пространства, выполненные в технике графики на бумаге или в 3D-программах на компьютере, создадут основу взаимопонимания для самого дизайнера, для заказчика и для непосредственного исполнителя работ.



Макет фойе концертного зала

Эскиз-раскладка интерьера
салона магазина. *Коллаж*



Создавая *эскизный проект* общественного интерьера, помните, что и декор, и мебель, и отделочные материалы в общественных помещениях монументальнее, чем в квартирах. Крупнее фактуры стен, часто при отделке используется мрамор, металл и прочие дорогостоящие материалы. Люстры, светильники могут быть большого размера и, если масштабы помещения позволяют, они могут стать оригинальным, нетрадиционным декором потолка. В зависимости от назначения и специализации объекта окраска стен может быть более контрастной по сочетаниям цветов и более глубокой по оттенкам, чем в жилых комнатах. Украшать общественные интерьеры могут комнатные растения в большом количестве.

Следует отметить, что в дизайнерской организации среды приходится учитывать восприятие этой среды человеком с разных точек и порой в процессе его передвижения. Дизайнер должен предполагать маршруты движения человека, а иногда и режиссировать их. Это относится также к квартире и к частному дому.

ЗАДАНИЕ

Создайте *эскизный проект интерьера* какого-нибудь общественного места.

Выберите самостоятельно или по совету учителя тот объект, который увлечёт вас, пробудит фантазию. Это может быть фойе театра или цирка, библиотека, учебное заведение, магазин, интернет-кафе и т. д. Можете также придумать своё «предприятие».

Сделайте эскизный проект одного из ключевых помещений этого объекта.



▲ Эскизный проект



▲ Готовый интерьер

Начните эскизный проект с небольших графических набросков интерьера и его вещественного наполнения, исходя из той функции, которую должно выполнять это помещение. После этого приступайте к разработке концептуального проекта в технике графики на бумаге или в виде коллажа. Коллаж в данном случае — это набор изображений, наклеенных на тонированную бумагу. Изображения подбираются в соответствии с основным замыслом и приклеиваются так, чтобы в результате сложилось целостное представление о соотношении разных элементов интерьера.

Для составления коллажа на бумаге можно использовать фотографии из журналов по дизайну интерьера, из каталогов и проспектов мебели, отделочных материалов.

Коллаж можно осуществить и на компьютере, смонтировав его из изображений, найденных в Интернете.

Поскольку основная визуализация проектов в профессиональном дизайне интерьера производится на компьютере, освоите 3D-программы.



Архитектурный дизайн и его значение в эстетизации городской среды

Архитектура и дизайн — два понятия, тесно связанные между собой. Их симбиозом является архитектурный дизайн.

Архитектурный дизайн (дизайн архитектурной среды) — комплексное проектирование средовых объектов, т. е. объектов архитектурной среды.

Архитектурный дизайн позволяет создавать такие объекты, которые уже при проектировании рассматриваются как составные части эстетической организации архитектурной среды. Благодаря таким комплексным решениям объекты архитектуры оказывают влияние на формирование условий жизни и облик современных городов.

Профессия архитектора-дизайнера, профессионала в области искусства проектирования предметной среды, базируется на традициях культуры архитектурного проектирования, лежащей на стыке таких областей художественного творчества, как архитектура и дизайн. Архитектор-дизайнер работает с городскими или интерьерными пространствами, поэтому ему необходимы развитое композиционное мышление, чувство формы, пространства, материала, способность образного переживания предметной реальности, способность организации пластической формы в соответствии с поставленной задачей.

Задача современных архитекторов и дизайнеров — не просто проектирование отдельных выдающихся зданий, а создание гармоничной среды нашей жизни в целом. В этой связи становится очевидным взаимное проникновение этих двух профессий, относящихся к сфере конструктивных искусств.

Продолжая разговор о средовом дизайне, обратимся к таблице (предложенной В. Т. Шимко, профессором, кандидатом архитектуры), в которой рассматриваются социальные и функциональные предпосылки организации среды.

Из таблицы видно, что город призван реализовывать самые разные запросы людей.

социальные и функциональные предпосылки				
	характер среды ЖИЛИЩЕ	общественное здание ОБЩЕСТВЕННОЕ ЗДАНИЕ	промсреда ПРОМСРЕДА	город ландшафт ГОРОД ЛАНДШАФТ
	предназначение ПРОЖИВАНИЕ	общение, обслуживание ОБЩЕНИЕ, ОБСЛУЖИВАНИЕ	труд, производство ТРУД, ПРОИЗВОДСТВО	взаимодействие функций ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ФУНКЦИЙ
социальная нацеленность ЛИЧНОСТЬ, СЕМЬЯ	группа, сообщество ГРУППА, СООБЩЕСТВО	коллектив КОЛЛЕКТИВ	общество в целом ОБЩЕСТВО В ЦЕЛОМ	

Характер среды, её предназначение и социальная направленность

Само выражение «малые архитектурные формы» говорит о некоей «архитектуре №2», о мостике между миром больших сооружений и предметным миром искусства дизайнерского. Здесь как раз происходит стирание условной границы между архитектурой и дизайном. Одни и те же объекты называют то малой архитектурой, то архитектурным дизайном.

К архитектуре малых форм относят вспомогательные архитектурные сооружения, оборудование, лестницы, ограды и т. п., а также всевозможные арт-объекты: фонтаны, мемориальные колонны, стелы и т. д.



Важную связующую функцию между архитектурой (особенно типовой, стандартной) и человеком выполняют сооружения, выполненные из облегчённых конструкций (торговые павильоны, киоски, стенды для афиш и рекламы и т. п.). Эти объекты относят то к архитектуре, то к дизайну. Ещё некоторые детали городского ландшафта, которые стилистически должны связываться с архитектурой, — уличное освещение, фонари, а также городская мебель, вазоны с зеленью и пр.

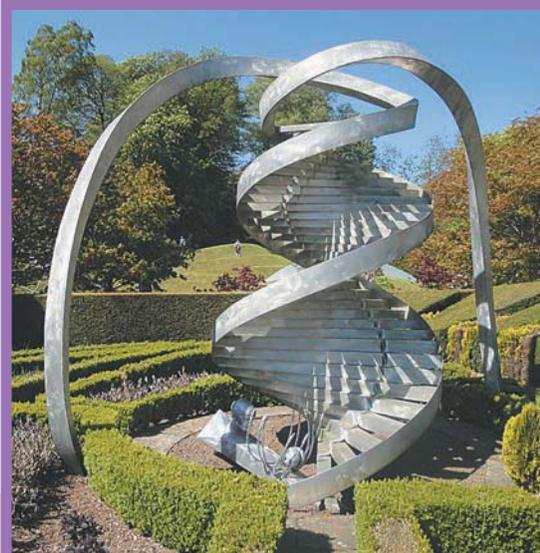
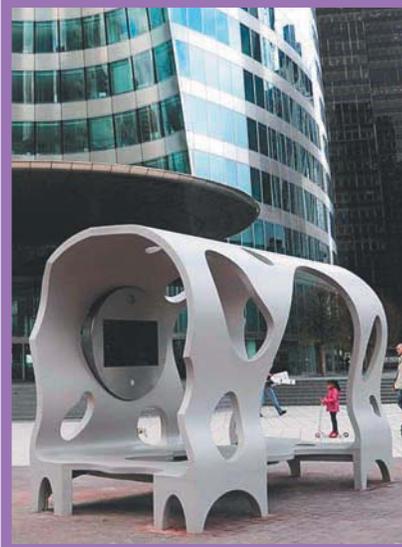
Малые архитектурные формы могут играть важную роль в *архитектурном ансамбле*. Согласитесь, что без фонтанов и фонарей, а также обелиска в центре площади ансамбль площади собора св. Петра в Риме (с. 168) выглядел бы пустоватым и незавершённым.

Сравнительно недавно во многих городах появились так называемые *пешеходные зоны*.

Когда улица «Старый Арбат» в Москве стала пешеходной, на ней вдруг сделалось тихо, иногда даже можно было услышать эхо своих шагов. Непривычно цветные дома, уличные скамейки, фонари...

Пешеходные улицы существовали и раньше, особенно в курортных городах, назывались они *променады*. Но в наши времена мегаполисы, напичканные автомобилями, стали нуждаться в этих островках уюта и свободы, даже Уолл-Стрит в Нью-Йорке сделали пешеходной.

Пешеходные улицы и парковые зоны разных городов



ЗАДАНИЕ

Сделайте эскиз пешеходной зоны.

Можно подобрать достаточного размера фотографию улицы, затем, используя технику коллажа или графики, сделать эту улицу пешеходной, добавив уличную мебель, фонари, вазоны, павильоны, киоски и т. д.

Задание можно выполнить на компьютере.



Проект многоуровневой пешеходной зоны на Новом Арбате в Москве



Проект модернизации пешеходной зоны на Старом Арбате в Москве

Садово-парковое проектирование.

Ландшафтный дизайн

Ландшафтный дизайн — искусство, находящееся на стыке, с одной стороны, архитектуры, строительства и проектирования, с другой стороны, ботаники и растениеводства, а с третьей — истории культуры, философии.

Главная задача ландшафтного дизайна — создание красоты и гармонии в сочетании с функциональностью, т. е. удобством использования инфраструктуры зданий, а также сглаживание конфликтности между жёсткими урбанизированными формами и природой.

Основные компоненты ландшафтного дизайна:

- **здания**, формирующие центр ландшафтного проекта; здания могут быть одноэтажными или многоэтажными, одиночными или комплексными, типовыми или стилизованными, предназначенными для самых разных целей;
- газонное покрытие, разного рода травы;
- зелёные насаждения в форме отдельных деревьев, кустарников, цветов, а также их комбинаций и целых ансамблей (сад, клумба, пергола и т. д.);
- различные крупные декоративные элементы (пруд, ручей, фонтан, камни, садово-парковая скульптура, светильники и т. д.).

▼ Пейзажный стиль ландшафтного дизайна





Восточный стиль

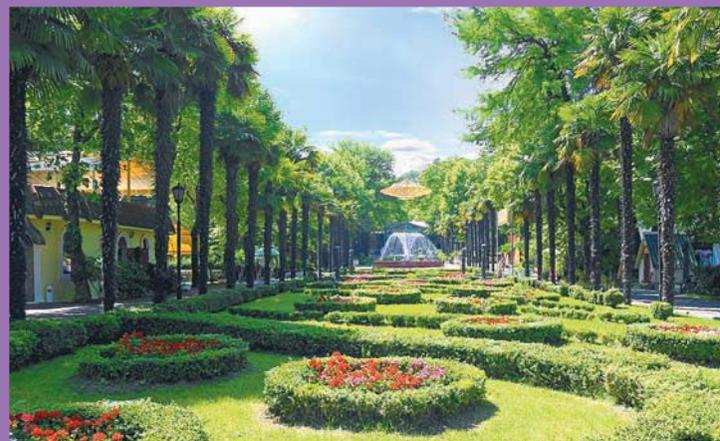
Садово-парковый ландшафт вливается в ландшафт города с его природным рельефом, с архитектурой улиц и площадей как один из обязательных элементов современного города и составляет с ним единое целое, можно сказать, единую объёмно-пространственную композицию.

Садово-парковое искусство — это оригинальнейшее из искусств, находящееся на пороге незаметной грани изобразительного и конструктивного искусств. Оно включает создание объёмно-пространственных композиций из деревьев и кустарников, клумб с цветами, вазонами и др. Архитектор и дизайнер конструируют из этих зелёных объёмов, линий дорожек и бордюров, плоскостей водоёмов, перепадов рельефа общую садово-парковую композицию. При этом необходимо знать основные виды зелёных насаждений и принцип их подбора.

Традиционно в ландшафтном дизайне сложились два вида композиции, два стилевых направления: *регулярное* и *пейзажное*, или иначе говоря, ландшафтное.

Примеры **регулярного стиля** — это древние сады Египта, античные сады Греции и Рима. Наивысшего расцвета регулярный стиль достиг в итальянских и французских садах. Одним из ярких примеров регулярного сада может служить парк Версальского дворца в предместьях Парижа. Наш Летний сад в Санкт-Петербурге, заложенный Петром I и построенный по проекту французского архитектора Ж.-Б. Леблона, также сооружён по принципу регулярного сада. В основе композиции этих садов — принцип строгой симметрии. Регулярный стиль с его геометризмом планировки и противоестественной стрижкой деревьев в форме шаров, кубов или конусов как бы демонстрирует победу человека над природой.

Регулярный стиль ландшафтного дизайна





▲ Пейзажный парк. *Музей-заповедник в Павловске*

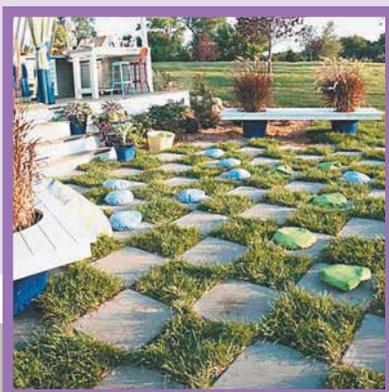
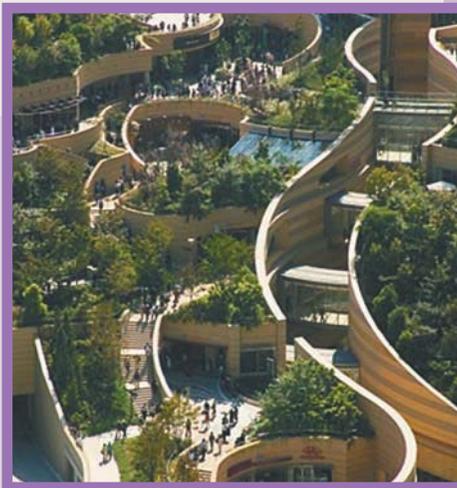
Пейзажный стиль — полная противоположность стилю регулярному. Пейзажные сады в Западной Европе, особенно английские сады, созданные в пейзажном стиле, асимметричны. Они подкупают красотой, иллюзией нетронутости живой природы. К пейзажному стилю относятся сады Китая и Японии, хотя их выделяют в *восточный стиль*.

Композиция пейзажного сада асимметрична, строится по принципу динамического равновесия (о котором упоминалось в предыдущих главах). Восточные пейзажные сады отличает их особая, почти храмовая атмосфера, способствующая созерцанию природы и отдельных предметов, эстетическому восприятию и глубокому чувственному переживанию. Восточный сад за внешней простотой скрывает, как иероглиф, большое количество пространственных смыслов. Каждый камень, мостик, тростник в водоёме внесены садовником в этот пейзаж не случайно — в этом свой язык, своя философия.

«Сад — это попытка создания идеального мира взаимоотношений человека с природой. Поэтому сад представляется — как в христианском мире, так и в мусульманском — раем на земле, Эдемом».

Д. С. Лихачёв,
советский и российский филолог,
культуролог, искусствовед

Для нашего времени характерно то, что в формировании садово-паркового ландшафта участвуют оба направления, хотя при этом пейзажный стиль доминирует. Наше время продиктовало необходимость не только беречь и охранять природу, но и уступать ей большую часть городских территорий. Парки, скверы, зелёные дворы, шпалеры деревьев вдоль улиц — всё это «лёгкие» города. Без этой отрады для глаз и души невозможно себе представить городскую среду. Да и пригородные территории, в разы превышающие городскую, плотно обросли дачными садами горожан. Поэтому сегодня очень востребована специальность *ландшафтного дизайнера*. Если раньше известные парки планировали и строили архитекторы, ландшафтные архитекторы, то сейчас задача комплексного проектирования среды жизни диктует слияние этих двух профессий в новую профессиональную сферу — архитектурно-дизайнерское проектирование.



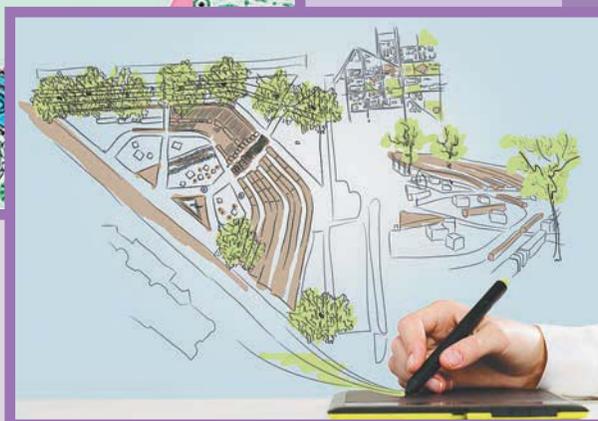
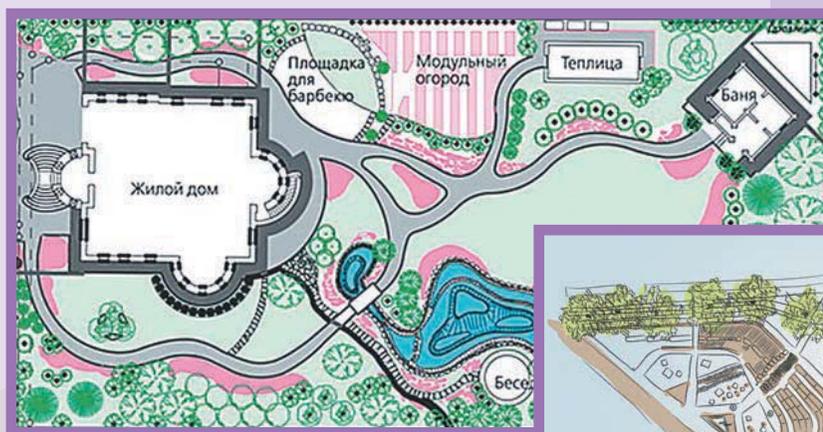
В садово-парковой композиции перемежаются *открытые и закрытые пространства*. И, конечно же, должна присутствовать доминанта, что-то главное, обращающее на себя особое внимание (например, выделяющаяся группа деревьев или кустарников, одно оригинальное дерево, цветочная клумба, беседка, павильон и т. п.).

При подборе и распределении растений для создания парка следует учитывать не только их внешний вид и композиционно-ритмическое сочетание, но и их вегетативные особенности: темпы роста, последующую величину, устойчивость к ветрам и заморозкам, влаголюбивость и пр. Нужно учитывать ракурс их восприятия зрителем, например, сажать в два-три яруса, чтобы они не перекрывали друг друга.

Начинается садово-парковый дизайн с *плана*. На нём чертятся границы отведённой территории, размещаются объекты малых архитектурных форм, элементы паркового дизайна, планируются дорожки, площадки, в том числе детские и, конечно же, растения, для них даже делают специальный *дендроплан*.

План и в дальнейшем перспективные рисунки могут быть вашими индивидуальными по стилю, но они должны быть внятыми и для заказчика. Существуют общепринятые условные обозначения деревьев, кустарников, живых изгородей, цветников и т. д., понятные исполнителям (для них на плане сбоку указывается глубина и диаметр ям под посадку).

План сада, парка может выглядеть так:

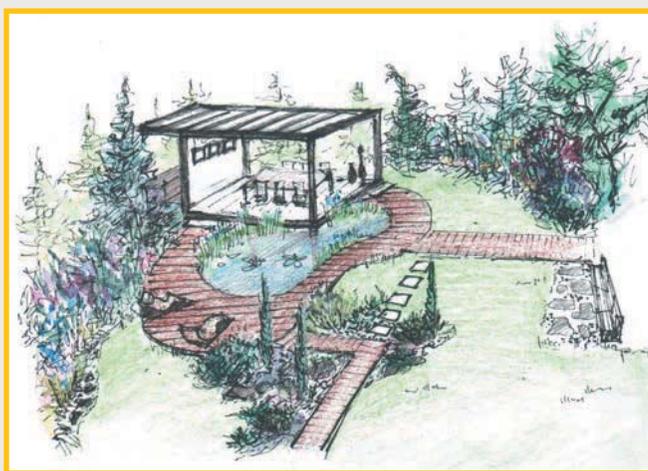
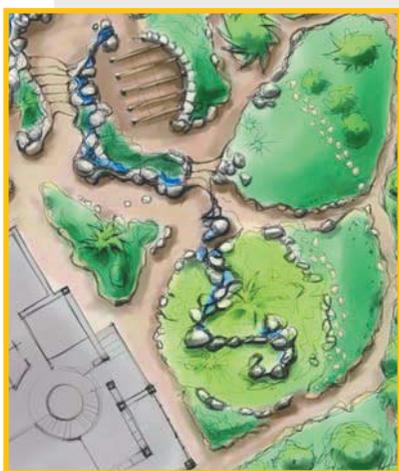


ЗАДАНИЯ

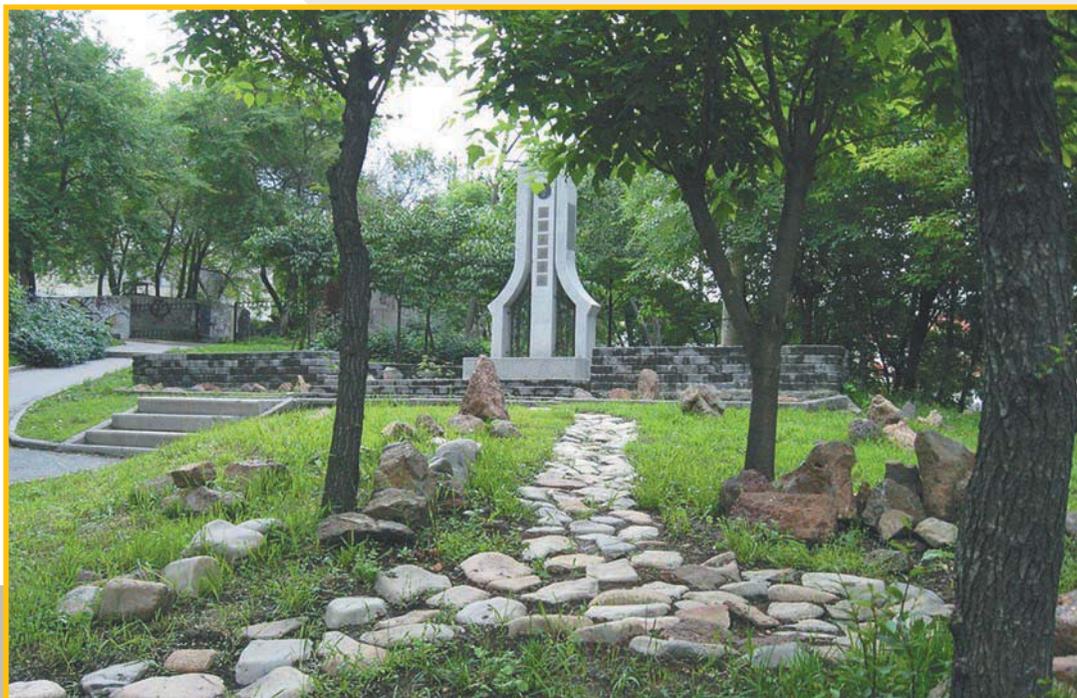
Выполните план и эскиз выбранного вами фрагмента ландшафтного дизайна (сделайте одно из заданий на выбор).

1. Сделайте графический *план* всей территории *небольшого городского парка* или *детского парка, сквера*. Затем в любой технике (рисунок, фотоколлаж, макет или на компьютере) выполните *эскиз* основного фрагмента парка или сквера.

2. Сделайте задание в той же последовательности — сначала *план*, а затем *эскиз усадебного участка*. Какими ландшафтными элементами наполнить его, решите сами.



Графический план и эскиз фрагментов парков



Дизайнерское решение экспозиционного пространства. Выставочные конструкции и экспонаты

Один из важных видов дизайнерской деятельности — решение выставочного и музейного пространства.

Музейный дизайн — область дизайна, архитектурные и дизайнерские находки и решения, предназначенные для обустройства музейной среды, представления музея и его коллекции широкому зрителю и продвижения самого музейного продукта.

Дизайнерское решение экспозиционного пространства включает архитектурное решение пространства, дизайн экспозиций выставок и музеев, решения по выставочной и музейной навигации, дизайн печатной продукции и многое другое. Важной частью дизайна современного экспозиционного пространства является забота о посетителях с ограниченными возможностями здоровья.



▲
Компоновка современного выставочного пространства и дизайнерское решение отдельных стендов и фрагментов экспозиций

Заниматься экспозиционной деятельностью приходится практически всем дизайнерам, в какой бы отрасли они ни работали. В торговле и сфере обслуживания выставка и реклама товаров, а также смена экспозиций витрин и переоформление помещений происходят постоянно. В период обучения дизайнер приобретает опыт самопрезентации в процессе показа своих семестровых работ. Постепенно так вырабатывается экспозиционное мышление и художественный вкус. Выставочная деятельность даёт опыт окультуренной конкурентной борьбы.

Выставки, о которых мы сейчас говорим, это выставки промышленные, выставки товаров и услуг, выставки, связанные с областью образования и науки и т. д. На такого рода выставках существует особая контактная среда, формируемая различными способами обмена информацией. В таких выставках участвует множество фирм, у которых оформлен свой стенд с информацией или своя площадка с несколькими стендами, мебелью и оборудованием. Естественно, что эти выставки достаточно «разношёрстны» и, если вы художественный руководитель всей экспозиции, то *ваша задача как дизайнера* — собрать все эти выставочные «острова» в единый «эстетический архипелаг».

Должны быть разработаны: во-первых, оригинальная, но внятная для посетителей **планировка**, удобство ориентации в экспозиции; во-вторых единый для всех участников **оформительский элемент** в виде декора (например, общий фриз-лента с названиями фирм экспонентов), а в-третьих, **доминанта** — основной визуальный акцент. Такой доминантой может быть крупная эмблема выставки или пространственная конструкция с логотипом выставки на площадке сразу за входом (аналогичная конструкция может украшать наружный фасад павильона), или сценическая площадка с логотипом на заднике — место проведения конференций, показов и т. д.





Дизайнеру, занимающемуся экспозицией отдельной фирмы, нужно выбрать оптимальный вариант размещения отобранных материалов (текстов, фотографий, продукции). Важно помнить, что **экспозиция** — это единое композиционное целое с ритмическим рядом и доминантой всей экспозиции и мини-доминантами каждого отдельного стенда.

Дизайнерское оформление стенда необходимо для любого участника выставки, так как примерно 90% получаемой человеком информации приходится на зрение. Отдельная тема — *конструкция самих стендов*. Это могут быть стандартные модули, арендованные у организаторов, или специально разработанные стенды, в том числе натяжные мобильные, быстро собираемые конструкции.



Создание выставочной и музейной экспозиций можно отнести к синтетическому искусству, в котором активно сосуществуют дизайн и архитектура малых форм, театральная сценография и режиссура (определяющая «мизансцены» передвижения по экспозиции и вовлекающая зрителя в последовательность её восприятия). Это, конечно же, совместная работа дизайнера с «музейщиками» или «галерейщиками». Задача дизайнера — выстраивание общего ритмического ряда, акцентов и цветовой гармонизации всей экспозиции, а также отдельных её узлов.

«Главная задача — передать смысл того, чему посвящена выставка... Главное, что придаёт интерес любой выставке, — связь экспонатов с пространством, не только выставочным, но и смысловым, ментальным, пространством нашей жизни... Эта связь искусства с настоящим временем всегда остро ощущается и отражается в том числе в дизайне».

Б. Бернасconi,
российский архитектор и дизайнер

Материал может компоноваться в зависимости от тематики и жанра экспозиции, в хронологической последовательности или размещаться по проблемным группам, акцентировать внимание на одном экспонате.

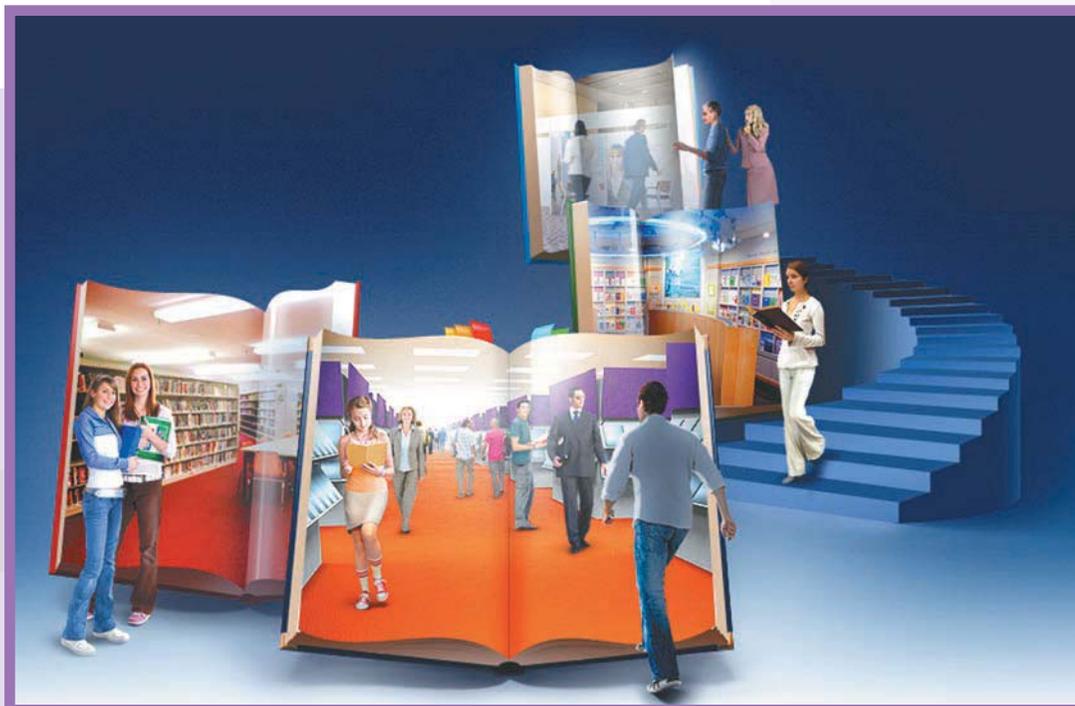


В музейных экспозициях присутствуют разные *единицы хранения*: музейные реликвии (оригиналы); предметы воссозданные — слепки, копии, репродукции, муляжи; модели, макеты, научные реконструкции и даже голограммы. Особое место занимают тексты. Лаконичные и понятные для всех категорий посетителей тексты подразделяют на заголовочные, пояснительные, а также этикетки и указатели.

Задача дизайнера — перевести язык фактологии всех этих выставочных или музейных элементов на язык художественной образности, погрузить зрителя в такую атмосферу, когда объект экспозиции будет раскрыт наилучшим образом. Иногда для этого достаточно поместить его в белый куб, а иногда — выстроить вокруг него целую «историю».

Сегодня некоторые музеи, например научно-технические, поражают не только высокотехнологичным дизайном, но и самой концепцией. Например, посетители музея могут не только посмотреть, что нового происходит в науке, но и самостоятельно поучаствовать в некоторых процессах, например, попробовать вывести новые сорта растений. Благодаря этому музей может стать лабораторией, где можно получить настоящий исследовательский опыт.

Любой музей или выставка должны втягивать аудиторию в *диалог*, пробуждать желание повторять опыт общения с культурой, расширять мировоззрение как посетителей, так и самих создателей выставки.



Эскиз виртуальной выставки книг

ДИЗАЙН-ПРОЕКТ «МАКЕТ ЭКСПОЗИЦИИ ВЫСТАВКИ (МУЗЕЯ)»

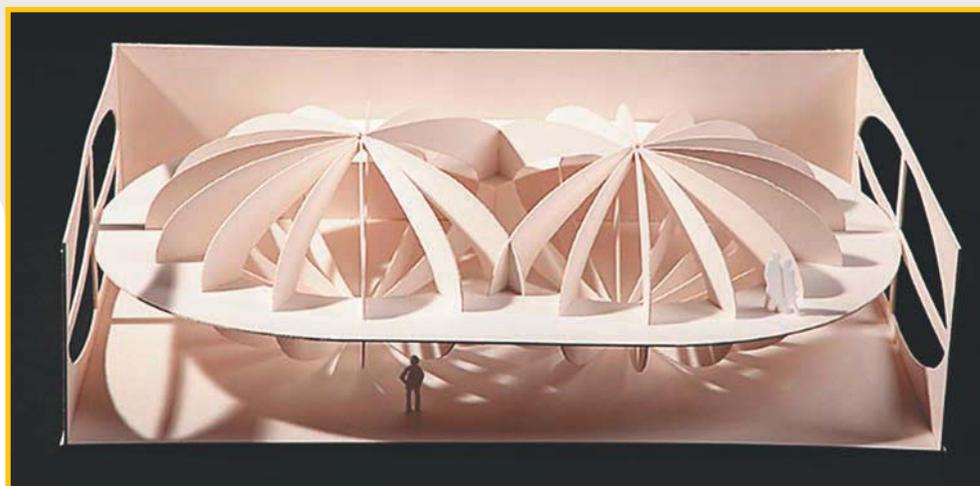
Выполните *эскиз выставочного или музейного пространства*.

1. Сделайте предварительный набросок (карандашом на бумаге или с помощью 3D-программы на компьютере) одного из экспозиционных помещений музея или небольшой тематической выставки.

2. Выклейте макет из плотной белой и цветной бумаги, используя журнальные вырезки.

Все макеты текстовых блоков вырезайте произвольно, старайтесь, чтобы их фон по возможности совпадал с фоном всего стенда или стены.

Тему экспозиции выберите по своему усмотрению.



▲ Дизайн-проекты на тему «Эскиз выставки». Работы студентов

Глава 4.

Дизайн зрелища



Если до сих пор мы говорили о создании дизайна среды комфортной для человека, в том числе информативной среды, то теперь речь пойдёт о создании совершенно иной среды — среды зрелища. Само слово «зрелище» включает в себя театральный спектакль, мюзикл, шоу, организацию уличных праздников, шествий, народных гуляний. Пространственная среда зрелища включает в себя и присутствие зрителя, поскольку зрелище предполагает не только смотрение, но и осмысление, сочувствие, сопереживание.





Сценографический дизайн. Средовое оснащение пространства сцены

Большая роль в организации среды зрелища, называемого театральным представлением, принадлежит дизайнерам: дизайнеру по костюмам, дизайнеру по свету, дизайнеру по декорациям или одному дизайнеру-сценографу.

Сценограф занимается оформлением спектакля и вместе с режиссёром создаёт его изобразительно-пластический образ, существующий в определённом пространстве и времени. Вся сценическая среда, в которую входят и декорации, и предметы, участвующие в действии (натуральные и бутафория), костюмы персонажей, рождает единый образ спектакля, «работает» на его сквозную идею. Но воплощает этот замысел, в конечном счёте, актёр.

Сценографический (театральный) дизайн — вид дизайна, включающий в себя оформление спектакля и создание его изобразительно-пластического образа, существующего в сценическом времени и пространстве.

Под сценографией понимают создание зрительного образа — визуальной драматургии — спектакля посредством декораций, костюмов.

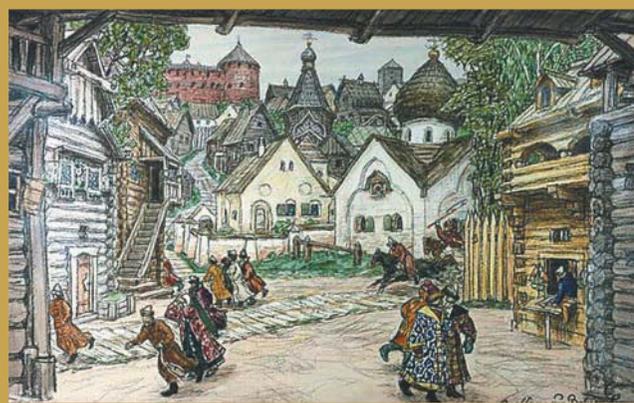
Сценографы могут также ставить разнообразные шоу, праздничные мероприятия, показ мод и т. д. Сценография может быть как подробно разработанной, так и лаконичной. В своих творческих поисках сценографы используют приёмы живописи, графики, архитектуры, ориентируются на новые средства образного языка, появляющиеся в арсенале пространственных видов искусства.

Чтобы лучше представить себе деятельность современного сценографа, сделаем небольшой экскурс в историю.

Если дизайн, можно сказать, начинался с каменного топора, то тогда же начиналась и сценография. Изваяния идолов, тотемов, разные фигуры, воплощавшие образ божества или некоей высшей силы, обряды и ритуальные танцы на фоне наскальных рисунков — всё это можно назвать предсценографией. В Древней Греции уже существовал театр с амфитеатром зрительного зала, а с V в. до н. э. — объёмные, а затем и живописные декорации. В Средние века было несколько типов сценических площадок (меньшего чем в античные времена размера). Декорации «рая» были в виде беседки, «ада» — в виде пасти дракона. В эпоху Возрождения в Италии появились декорации с «перспективой», написанные на натянутых холстах. Театр развивался от мифо-поэтического к светскому, к игровой сценографии. В XVI в. появляются итальянская комедия дель-арте с бесконечным количеством масок и театр У. Шекспира. Французский придворный оперно-балетный спектакль XVI—XVIII вв. помимо живописных декораций потребовал развития театральной механики для их постоянной смены в многокартинных спектаклях. Стали распространяться объёмные детали декораций, создававшие подобия панорам и диарам.

▼ Античный амфитеатр в Турции





▲ Театрально-декорационные работы А. М. Васнецова, Б. М. Кустодиева

Театрально-декорационное искусство менялось от эпохи к эпохе, вместе с развитием художественной культуры в целом. Менялся господствующий художественный стиль, менялись эстетические приоритеты. Развивались технологии, ширился арсенал средств художественной выразительности.

Высокого уровня развития достигло театрально-декорационное искусство в России на стыке XIX — XX вв., в театр пришли выдающиеся художники В. М. Васнецов, В. Д. Поленов, М. А. Врубель, затем К. А. Коровин, А. Я. Головин, В. А. Симов, А. Н. Бенуа, Л. С. Бакст, Н. К. Рерих и другие. Новой качественной ступенью развития театра и театрально-декорационного искусства в частности были искания передовой режиссуры — прежде всего К. С. Станиславского, В. И. Немировича-Данченко, В. Э. Мейерхольда, А. Я. Таирова. От живописных декораций и воссоздания натуралистической бытовой атмосферы театр перешёл к метафоричному языку, обобщённой символике в оформлении спектакля.

▼ Л. С. Попова. Декорации к спектаклю «Великодушный рогоносец» Ф. Кроммелинка



Итак, какими средствами располагает сценограф для организации пространственной среды спектакля? Рассмотрим **устройство сцены** и основные элементы её оборудования.

Портал сцены. Это как бы вход, сама арка сцены, отделяющая её от зрительного зала. Вплотную за порталом находится *театральный занавес*.

Кулисы. В театре часть подвесной декорации, часть «*одежды сцены*». Расположены по бокам сценической коробки, параллельно или под углом к порталу, ограничивают игровое пространство, маскируют стоящую по бокам сцены *декорацию*, прикрывают боковые пространства сцены, скрывая техническое оборудование, осветительную аппаратуру и артистов, готовых к выходу.

Задник. Большое живописное полотно, которое может являться фоном для спектакля. Следует напомнить, что задник не обязательно должен быть живописным. Иногда он может быть просто частью «одежды сцены». Значит, он может быть нейтральным или таким же по цвету, как кулисы и падуги.

Падуга. Полоса ткани такого же цвета, что и кулисы, подвешенная горизонтально в верхней части сценической коробки. Она же перекрывает взору зрителей технические элементы (софиты, подсветки, другие элементы оформления), расположенные под колосниками.



Декорации и костюмы участвуют в создании образа всего сценического действия

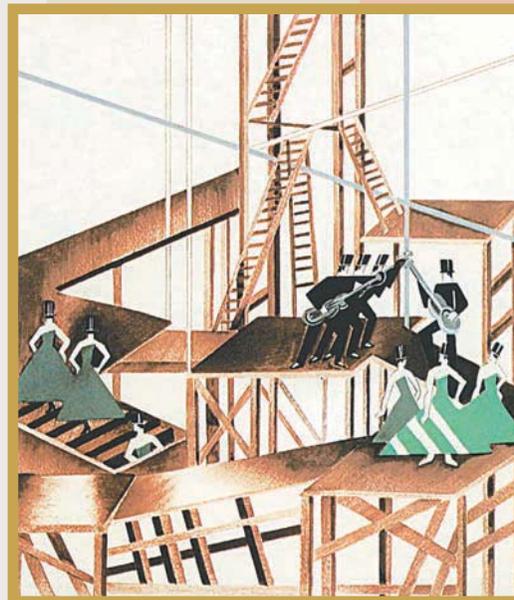


Колосники́. Верхняя часть сценической конструкции, которая расположена над планшетом сцены. Основной элемент колосников — настил из брусьев, смонтированных на соответствующем расстоянии друг от друга. Такое их положение позволяет осуществлять подъём или спуск декораций и других элементов оформления спектакля. Над колосниками и под ними устанавливаются блоки для двигающихся тросов, осветительные приборы и всё, что необходимо спрятать от глаз зрителей.

Штанкёт. Деталь сценического механизма, опускающая и поднимающая подвязанные к ней элементы декораций, приводимые в движение руками или мотором.

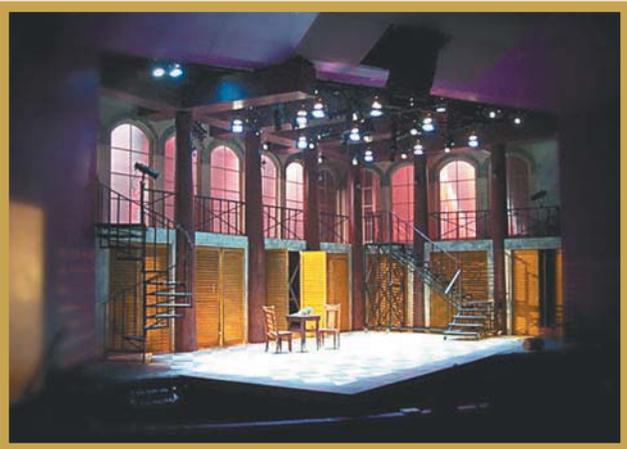
По конструкции кроме *сцены-коробки* в современном театре можно выделить также *сцену-арену*, которая с трёх сторон охватывается амфитеатром зрительских мест.

Сцена и зрительный зал — два пространства, предназначенных для разных целей. Но эти два пространства создают в процессе представления общее психофизическое целое, которое можно назвать *театральным пространством*. Задача сценографа — способствовать созданию такого пространства, такой среды, которая помогала бы актёру создавать живую ткань спектакля и вовлекала бы зрителя в этот процесс.



▲ А. А. Экстер. Эскизы декораций к спектаклям «Дон-Жуан и смерть» и «Испанская пантомима»





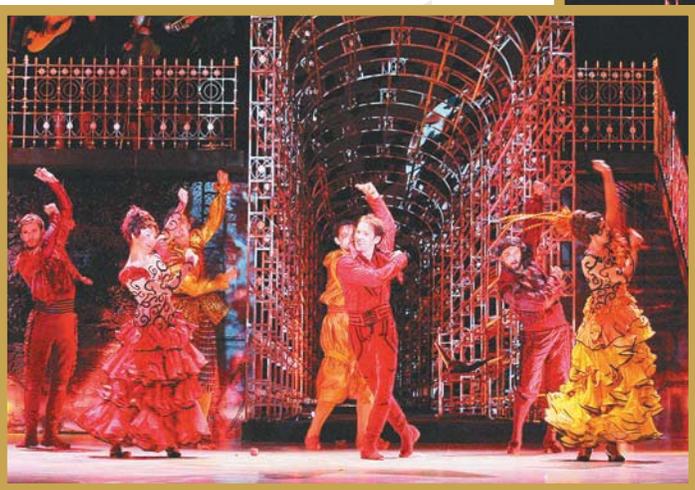
Декорация и обстановка сцены. Сколько существует театр, декорация к спектаклям была обязательной составной частью лишь как *характеристика места действия*. В наше время декорации подчинены созданию *образа спектакля*. Декорации зависят от вида и жанра театрального искусства. Театральная декорация включает обрамление портала сцены, иногда специальный занавес для определённого спектакля, изобразительное решение сцены, кулис, заднего плана и т. д.

Способы изображения жизненной среды на сцене многообразны: от натуралистического воссоздания интерьера или фасада здания, пейзажа до изображения одного фрагмента или укрупнённой детали перечисленных мест театрального действия.

Декорации подразделяют на *жёсткие* (расписанная фанера или холст на раме) и *мягкие* (бескаркасные декорационные элементы, изготовленные из мягких, эластичных материалов — натуральных и синтетических тканей, тюля, сеток, синтетических плёнок и т. д.). Бывают декорации *обыгрываемые* и *необыгрываемые*. К первым относятся те, к которым так или иначе прикасается актёр (окна, двери, перила, балконы, лестницы, пандусы, театральные станки и пр.). Вторые составляют фон места действия.

Жёсткие
и мягкие
декорации





Сцены из спектаклей
театра «Ленком»

Разного рода **проекционные декорации** — световые, звуковые и т. д. — всё шире входят в практику оформления сцены. Особенно часто используются в такого рода зрелищах, как шоу, мюзиклы, тематические концерты и т. п. У этих жанров сценического искусства своя отличная от драматического театра эстетика: они более красочны, декоративны и чаще развлекательны по своей сути. Хотя и в этом жанре бывают потрясающие остродраматические спектакли. Достаточно вспомнить рок-оперу А. Л. Рыбникова «Юнона и Авось», поставленную М. А. Захаровым в московском театре «Ленком».

Световая сценография, световая партитура спектакля — художественное освещение актёров и декораций — создаётся сценографом совместно с режиссёром.

Проекционные декорации создают особую атмосферу для погружения зрителя в процесс сценического действия. Они дают возможности для реализации самых смелых творческих идей и экспериментов.

ЗАДАНИЕ

Сначала выберите какую-либо пьесу и сделайте *макет* основополагающей сцены из спектакля. Ваша задача — выразить в макете атмосферу, образ этого спектакля. Можно сделать макет площадки для мюзикла или шоу.

Прежде чем сочинять театральную среду спектакля, важно определить, что будет происходить в ваших декорациях, что там будут делать актёры. Если обычно этот вопрос выясняется совместно с режиссёром, то сейчас вам придётся определить это самим.

Работу имеет смысл начинать с небольших набросков, в которых важно постараться обозначить для себя основную идею сценографии. Продумайте смену мест действия (если это нужно) и игровых территорий для актёров. В этих же набросках решите примерный баланс расположения декорационных масс с учётом сомасштабных им групп или отдельных актёров.



Мaket декорации.
Учебная работа

Затем приступайте к *макету*, начав его с основного планшета сцены, на котором крепится сценическая коробка с порталом. И всё это вместе назовём *подмакетником*. Подмакетник создаётся из плотной бумаги или картона. На боках коробки вверху симметрично делаются прорезы, в которые вставляются штанкеты (из полосок картона или проволоки, на которых крепятся подвесные элементы декораций, в том числе и кулисы). По задней стенке коробки конструируется и крепится горизонт из картона или ткани. Напольные элементы (мебель, ширмы, пандусы, станки и т. д.) расставляются на планшете.

Впереди перед зеркалом сцены предусмотрите авансцену, на которой может находиться выгородка переднего плана.

Театральный костюм.

Виды костюма. История и мода

Второй (после создания декораций к спектаклю), а иногда и главной задачей сценографа является создание костюмов для персонажей спектакля.

Театральный костюм включает одежду, а также обувь, головные уборы, украшения и прочие аксессуары. Грим и причёска дополняют костюм.

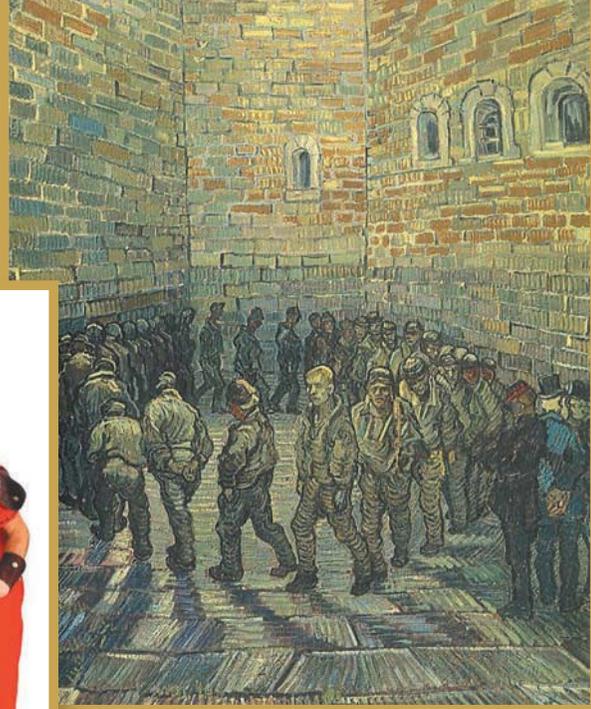
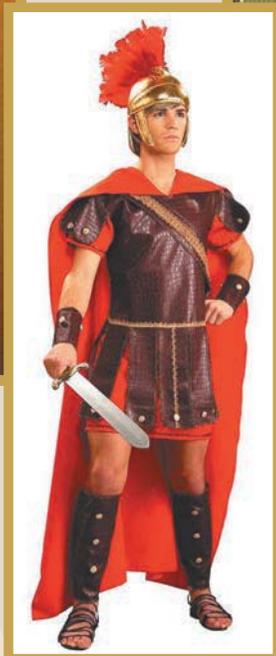
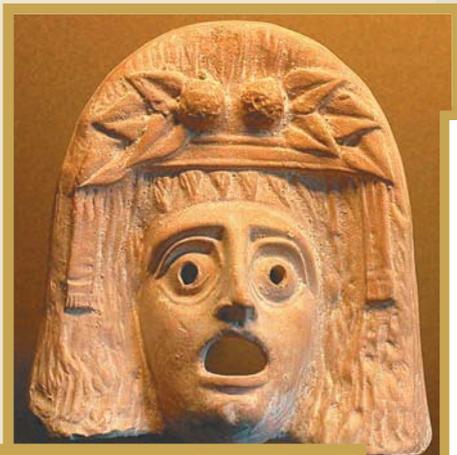
Театральный костюм создаёт (вместе с остальным оформлением) зрительный *образ спектакля*. Этот образ создаётся в том числе рядом чередующихся *мизансцен*. Мизансцена — это размещение декораций, предметов, а также действующих лиц на сцене в соответствии с разными моментами *композиции спектакля*.

Вот мы и вернулись к слову «композиция», особенно важному для художника-дизайнера. Спектакль на сцене состоит, как кадры в киноленте, из отдельных пространственных картинок, перетекающих одна в другую композиций из масс, цвета и объёмов декораций, скульптурных групп актёров.



В. Ван Гог. Прогулка заключённых.

Масло



Законы композиции, как вы знаете, — это баланс, ритм и динамика плоскостей и объёмов и, конечно, наличие *доминанты*. Все эти элементы, создающие образ спектакля, выстраивают режиссёр со сценографом. У композиции должно быть определённое колористическое решение, даже у самых по определению «неживописных» сценических пространств (например, тюрьма или казарма). Цвет костюма должен быть тесно связан с общим колористическим решением представления.

Конечно, работа над костюмом, особенно в историческом спектакле, требует от художника дополнительного погружения в материал, в историю костюма и историю технологий. Реконструирование костюма — это отдельная дизайнерская профессия и область творчества театрального художника. В «исторических» спектаклях костюм той или иной эпохи не повторяет буквально музейный образец, поскольку зрителя волнует прежде всего смысл происходящего на сцене, а не точность деталей кроя и шитья костюма. Театральный костюм в подавляющем большинстве случаев представляет собой *стилизацию под эпоху*, подчинённую сценической выразительности и в цвете, и в силуэте. Сценографы воплощают в костюмах мир самых разных исторических персонажей — драматических, сатирических, гротесковых и трагических.



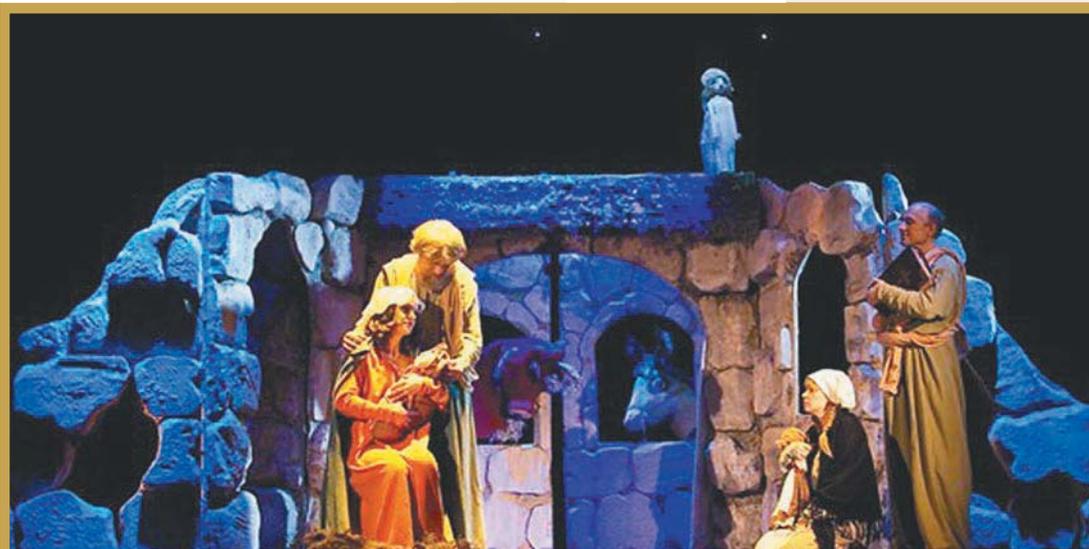
Костюм в театре зависит от жанра спектакля (комедия, драма, фарс, мюзикл, трагедия и т. д.), от национальных культурных традиций той или иной страны, а также от той или иной эпохи, иногда от тенденций современной моды.

«Костюм — это вторая оболочка актёра, это нечто неотделимое от его существа, это видимая личина его сценического образа, которая должна так целостно сливаться с ним, чтобы стать неотторжимой...»

А. Я. Таиров,
российский актёр и режиссёр

История возникновения театрального костюма началась в играх и обрядах, в которых древние люди выражали свою реакцию на те или иные события своей жизни. Так появились своеобразные ритуальные костюмы, которые могли быть похожи на одеяния птиц или зверей, иногда они имели просто фантастический вид.

Костюмы в древнейшем классическом восточном театре Китая, Индии, Японии также условны, традиционны и символичны. Благодаря красочности и великолепию материалов костюм — основное украшение представлений в восточном театре.





В европейском театре костюм начался с театра **Древней Греции** и повторял в основном бытовой костюм греков. Однако поскольку спектакли разыгрывались в амфитеатрах внушительных размеров, в костюм была внесена некоторая условность, помогавшая зрителю лучше разобраться в происходящем на сцене. Во-первых, особый цвет костюма передавал сословный характер общества (например, костюм царя имел шафранный или пурпурный цвет). Во-вторых, обувь была на котурнах — высоких подставках. В-третьих, хорошо были видны издала укрупнённые маски персонажей спектакля.

В эпоху Средневековья театр существовал в виде злободневных, остроумных представлений, которые давали группы бродячих комедиантов, актёров-гистрионов. Искусство средневековых гистрионов восходило к сельским обрядовым играм. Гистрион одновременно мог быть музыкантом, танцором, певцом, гимнастом, дрессировщиком, рассказчиком и т. д. Костюм гистриона был близок к бытовому, но при этом ярко изукрашен цветными лоскутами.

В это время большим успехом пользовалась **мистерия** — религиозное действо, представлявшее собой красочную и пышную постановку. В костюмах была особая театральная условность: Христос был непременно с золотыми волосами, святые обязательно во всём белом, черти и тому подобная нечисть — в фантастических живописных одеждах. Представление предварялось театрализованным шествием ряженых в карнавальных костюмах и гриме.



◀ Театральные костюмы разных эпох

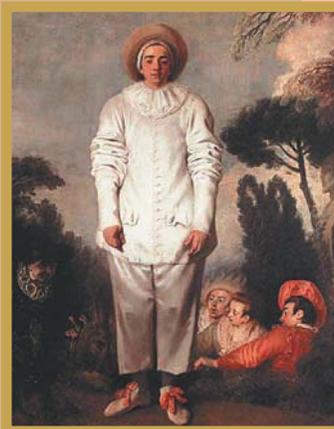
Наиболее живым и популярным жанром Средневековья был фарс, он был злободневен, содержал разного рода критику, а костюмы и грим имели карикатурный характер.

Одним из ярчайших явлений в истории театра был **театр эпохи Возрождения** — *комедия дель-арте*. Это уличный импровизационный театр, который также называют *театром масок*. Костюмы этого театра красочны, условны и традиционны для каждого персонажа, для каждого типажа. Костюмы были проникнуты иронией и юмором, они передавали, например, типичные черты учёных-схоластов, плутоватых слуг. Исключение составляли костюмы двух центральных персонажей — романтически влюблённой молодой пары. Их костюмы, хотя и были бытовые, но по-театральному нарядные пышные. Эти персонажи не носили масок.

На следующем историческом витке костюм всё больше и больше отказывается от театральной условности и приближается к костюму, современному эпохе. Так, например, в XVII в. во Франции Ж.-Б. Мольер в постановках своих пьес о современной жизни использовал бытовые костюмы различных сословий.

Постепенно и повсеместно театр переходил от площадной плакатности к реализму в игре, обстановке и костюмах. Костюм стал *средством психологической характеристики образа*. Театр в своём развитии идёт рука об руку с литературой, драматургией. На смену романтической драме пришла драма реалистическая, а затем и натуралистическая. Театральный костюм таким же образом прошёл и через натурализм с его жёсткими требованиями к исторической, этнографической и прочей достоверности вплоть до мелочей.

Затем театр в целом, а с ним вместе и театральный костюм совершили новый виток, заново придя к театральной условности, символизму, к синтезу разных визуальных средств воздействия на аудиторию.



▲ **А. Ватто. Жиль.**
Масло



▲ **А. Я. Головин.**
Портрет Ф. И. Шаляпина
в роли Бориса Годунова.
Гуашь, темпера, фольга



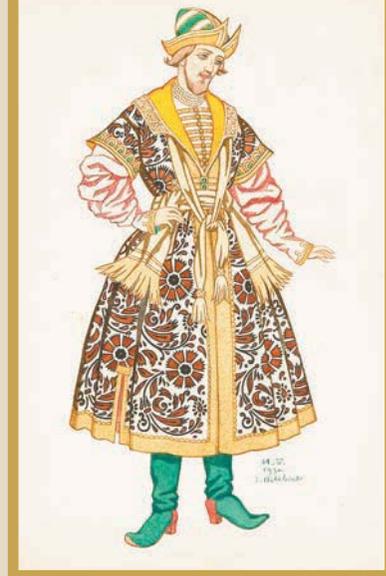
▲ Игровой костюм

Если изучать историю костюма от глубокой древности и до нашей театральной современности, то можно выделить **три вида театрального костюма**.

Персонажный костюм. Этот костюм можно назвать «ходячей традицией», так как он может существовать из представления в представление и не менять своего «уставного» вида годами, а то и веками. Это своего рода изобразительно-пластическая композиция, сконструированная на фигуре исполнителя. Достаточно вспомнить традиционные театры Китая, Японии с персонажами Дракона, Царя обезьян и прочих. В костюмах определённых персонажей могут меняться какие-то мелочи, но общий вид костюма строго регламентирован и существует издревле и по сей день.

Можно вспомнить персонаж Арлекина и других из комедии дель-арте и, наконец, возобновлённую традицию персонажного костюма, созданную художниками И. Я. Билибиным, Л. С. Бакстом, К. С. Малевичем, П. Н. Филоновым и «кубистические» костюмы архитектора А. А. Веснина.

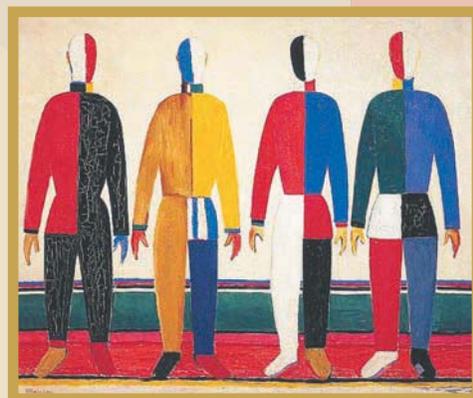
Игровой костюм. Костюм рассматривается как элемент игры, как средство преобразования облика актёра. В основном это относится к обрядовым и фольклорным действиям с гротесково-пародийными костюмами, с преобразованиями и переодеваниями. В костюмах использовались как «вывернутые» бытовые костюмы, так и любой подручный материал (лоскуты, тряпки — всё, вплоть до соломы). Эти приёмы ряжения перешли в дальнейшем в европейский и восточный костюмы. Иногда, как и в сценической декорации, в игровом костюме действует правило «часть вместо целого». Например, в балетных спектаклях можно увидеть игру с шарфами, покрывалами, вуалями и другими аналогичными элементами костюма, которые придают ему иносказательное, символическое звучание.



▲ И. Я. Билибин. Эскиз костюма к опере



▲ Л. С. Бакст. Эскиз костюмов к балету



▲ К. С. Малевич. Спортсмены. Масло

Одежда действующего лица. В этого рода костюмах во все времена находила сценическое отражение именно та одежда, которую носили люди в тот или иной период, стилизация в одежде менялась на музейную достоверность. В реалистическом театре костюм выражает не только общественный статус действующего лица, но и его психологию.

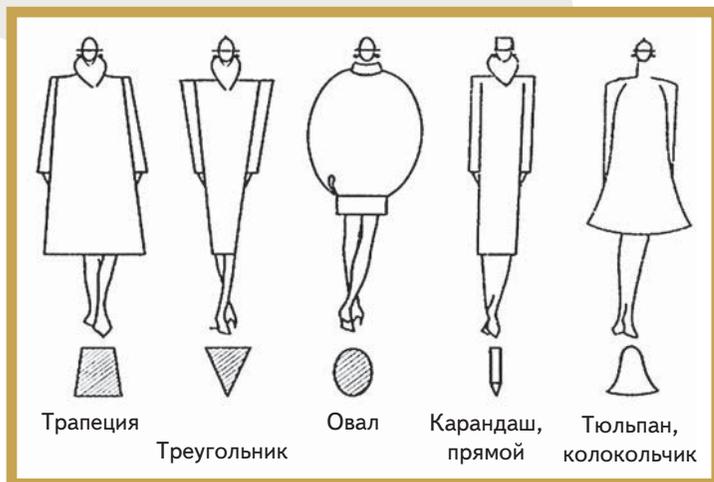
В современном театре сценографы используют по мере необходимости всю палитру, все виды театрального костюма как важнейшего компонента спектакля.

Вернёмся к теме одежды вообще.

Как вы понимаете, композиция есть и в одежде. *Закономерности композиции* те же: симметрия и асимметрия, динамика и статика, баланс масс и доминанта, ритм.

Симметрия в одежде встречается гораздо чаще, чем в плакате, так как сам человек симметричен. Украшения, принт на платье могут быть асимметричны, но рукава или штанины брюк, наверное, должны быть симметричными.

Любой костюм начинается с *силуэта*. Силуэт — это плоская проекция объёмной формы, линия контура одежды. Это вовсе не то же, что конкретный силуэт фигуры человека. Иногда силуэт одежды должен прикрывать неудачный силуэт фигуры, и здесь есть масса приёмов и уловок.



▲ Силуэты современной одежды



▲ Эскизы одежды

В силуэте, как вы видите, есть тенденция к простой геометрии. С этой же геометрией можно соотнести весь исторический процесс изменения одежды, которая появлялась в ту или иную эпоху и менялась в зависимости от социального статуса человека, его возраста, национальных особенностей.

На геометрию силуэта влияет *мода*, модная тенденция. Она же диктует основной принцип конструкции одежды — *гармонию* общего силуэта одежды и пропорций тела человека или *контраст*.

Из пяти графических набросков (см. с. 200) два последних демонстрируют гармонию силуэта с фигурой, первые же три показывают контраст. Эту «геометрическую» гармонию и контраст можно увидеть в костюмах разных эпох.

Мода (фр. *mode*, от лат. *modus* — мера, образ, способ, правило, предписание) — временное господство определённого стиля в одежде.

Мода зависит от *культурных и эстетических устремлений*, преобладающих в тот или иной период общественного развития. На моду влияют *национальные традиции разных стран*, а также принадлежность человека к той или иной *религиозной конфессии*. Однако никто не отменял одежду как средство защиты от климатических невзгод, а также подчёркивания достоинств человеческой фигуры или сокрытие её недостатков.

В современном мире мода связана с сезонностью (весна-лето и осень-зима).

При этом в давние времена мода в одежде могла не меняться на протяжении тысячелетий.

В XIX в. мода распространялась довольно медленно: почтовые тройки и дилижансы доставляли из Парижа литографии моделей или модно одетые куклы. Теперь информация приходит за секунды благодаря Интернету...

Кажется, совсем недавно была агрессивная женская мода с невероятно широкими накладными плечами, но вскоре она сменилась на «кротость» юбок фонариком. Недаром великий французский кутюрье Коко Шанель говорила: «Мода проходит, стиль остаётся». И, кстати, тоже её высказывания: «Мода, как и архитектура, — вопрос пропорций»; «Однажды я слышала, как старая портниха говорила молодой швее: "Не может быть пуговицы без петлицы". Эта чудесная и сжатая формула может стать девизом кутюрье, но также и архитектора, и композитора, и живописца».

Прежде чем вы сами приступите к созданию эскиза костюма, посмотрите ещё раз в эскизы сценических и бытовых костюмов.

Нормальные, обычные пропорции фигуры человека — это когда голова по высоте фигуры помещается 7,5—8 раз. В эскизах костюмов используются условные пропорции, когда голова по высоте фигуры помещается 10—11 раз. Делается это для придания динамической выразительности рисунку, а изображение головы, когда речь идёт об одежде, — не главное.

ЗАДАНИЕ

Сделайте *эскиз комплекта костюмов* ключевых персонажей спектакля.

Спектакль можно выбрать тот, декорации к которому вы уже делали ранее. Но можно взять какой-либо иной спектакль, причём любого сценического жанра (драма, опера, оперетта, кукольный театр и даже цирк). Выполняется эскиз четырёх-пяти персонажей.

Работать можно красками, карандашами или в технике аппликации.



▲ Возможные варианты эскизов костюмов



ДИЗАЙН-ПРОЕКТ «ПРАЗДНИК В ГОРОДЕ»

Создайте конструктивно-оформительское решение школьного праздника — центральной или же просто одной из сценических площадок уличного праздника.

Тему праздника выберите сами и сделайте работу в любой технике — в виде макета, коллажа или рисунка.

Желательно выполнить *эскиз площадки и два-три праздничных аксессуара* (костюм, шарик с логотипом, флажки, гирлянды и т. п.).

Начнём рассматривать этот проект с простого и, на первый взгляд, знакомого всем праздника в школе, а затем «выйдем» на улицу.

Школьный праздник чаще всего происходит в каком-то наиболее удобном и приспособленном для зрителей и участников месте: в актовом зале, в рекреации, в нижнем вестибюле и т. д.



▲ Эскизы оформления школьных праздников.
Учебные работы

Как правило, в готовых дизайн-проектах присутствует масса интересных, оригинальных творческих находок. Причём не только в оформительском решении основного, доминантного места всего события, но и в окружающих его деталях интерьера. Во всём видна «ручная работа» участников действия, что создаёт реальный праздник, западающий в душу и зрителей, и самих создателей.



Костюмы могут быть изготовлены даже из одноразовой посуды и упаковок

Значительное место на празднике помимо элементов оформления занимают костюмы участников события-представления.

Нужно подумать, как будет вписываться внутренняя «среда» праздника в городскую или сельскую среду. А может быть праздник, его состояние и оформление, контрастирует с привычным каждодневным пейзажем? Настоящий праздник — это не что-то обязательное, а состояние души. Чем больше участия принимает человек в его создании, тем глубже он его переживает.

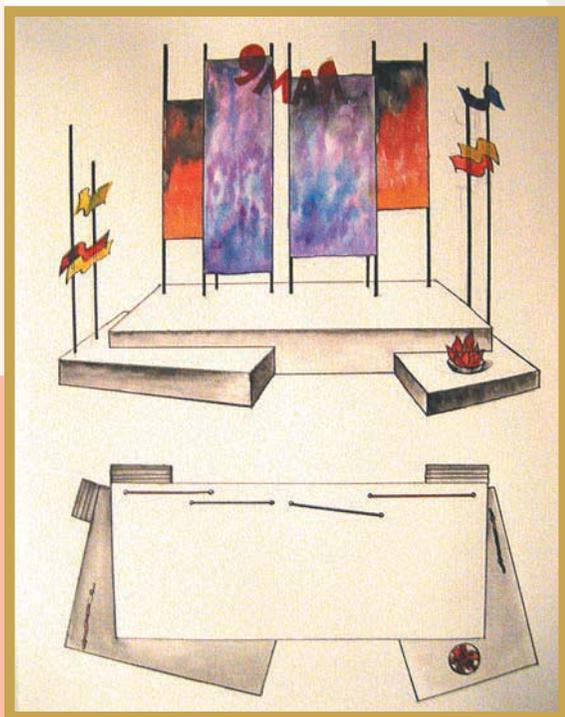


Здесь представлены костюмы участников архитектурного шоу «Детской школы искусств «Старт» (Москва)



Всякому празднику в городе (или в селе) предшествует подготовительный период. Это и изготовление костюмов непосредственных участников, и подготовка аксессуаров или деталей костюмов для аудитории, подготовка основных мест проведения праздника. По мере необходимости устраиваются подмости для выступлений, декор сцены, украшение окружающей территории (домов, деревьев и пр.). В зависимости от темы и особенностей праздника готовится музыкальное оформление. Если речь идёт о театрализованных, карнавальных дефиле, то готовятся различные по форме плоскостные или объёмные фрагменты декора, транспаранты, флажки и т. д.

Надо сказать, что городская среда в наше время постепенно «театрализуется». Город испокон веков был «ярмаркой тщеславия», а теперь бесчисленная реклама создаёт декорационный фон, преподнося иллюзию жизни вместо реалий, а порой просто даже закрывая собой архитектуру. И мы воспринимаем людей как будто на фоне ярких декораций... Витрины магазинов, ходячие рекламные куклы на тротуарах, освещение и неоновые вывески — всё создаёт какую-то театрализованную среду. И вам, как дизайнерам, придётся потрудиться, чтобы оформляемый вами праздник смог выделиться, стать заметным в этой визуально насыщенной среде.



▲
Разработка эскиза оформления
ко Дню Победы. Учебные работы

Словарь терминов

Архитектурный дизайн — вид средового дизайна, комплексное проектирование средовых объектов. Архитектурный дизайн позволяет создавать такие объекты, которые уже при проектировании рассматриваются как составные части эстетической организации архитектурной среды.

Графический дизайн — вид дизайна, художественно-проектная деятельность по созданию гармоничной и эффективной визуально-коммуникативной среды. Сферы применения графического дизайна: разработка шрифтов, книжное оформление, реклама, упаковка, создание фирменного стиля, элементы мультимедиа, веб-дизайн.

Дизайн (от англ. *design* — проектировать, чертить, задумать, а также проект, план, рисунок) — деятельность по проектированию предметной среды, при которой будущему изделию придаются качества удобства, целесообразности, функциональности, а также эстетические свойства. Термином «дизайн» могут обозначаться собственно проект, процесс проектирования и его результат (осуществлённый проект).

Дизайнер — художник-конструктор, человек, занимающийся художественно-технической деятельностью в разных отраслях (в том числе дизайнер-проектировщик вещей, дизайнер книги, дизайнер плакатной и прочей рекламной графики, веб-дизайнер и т. д.).

Зонирование помещений — это разделение пространства на функциональные зоны. **Способы зонирования помещений:** с помощью разнофактурного потолка, приподнятой части пола (подиума), ковровых покрытий, отделки стен, мебели (например, стеллажа), освещения, штор и пр.

Композиция (от лат. *compositio* — сочинение, составление, расположение) — объединение отдельных элементов произведения в единое художественное целое, в котором в конкретной зрительной форме наиболее ярко раскрывается содержание. В дизайне и архитектуре **композиция** — это конструирование объектов, т. е. соединение отдельных частей в единое целое, расположенное в пространстве или на плоскости. Отдельные части целого должны быть расположены не хаотически, а осмысленно, гармонично. **Гармония** — это согласованность и упорядоченность всех элементов, составляющих целое. Достижение её — основная композиционная задача художника.

Ландшафтный дизайн — вид дизайна среды, проектирование ландшафта садов, парков, приусадебных участков. Выразительными средствами ландшафтного дизайна являются растения, части природного ландшафта, садовые аксессуары и конструкции, постройки.

Логотип — это графический знак (символ), состоящий из текста и графики, являющийся отличительным знаком фирмы, организации и т. п. В идеале логотип графическими средствами должен выразить основное направление деятельности фирмы или организации.

Музейный дизайн — вид средового дизайна, дизайнерское решение экспозиционного пространства. Включает дизайн экспозиций музеев и выставок, решения по выставочной и музейной навигации, дизайн печатной продукции и многое другое. Важной частью дизайна современного экспозиционного пространства является забота о посетителях с ограниченными возможностями здоровья.

Пиктограмма — знак, отображающий важнейшие узнаваемые черты объекта, предмета или явления, на которые он указывает, чаще всего в схематическом виде. **В дизайне** — стилизованное и легко узнаваемое графическое изображение, упрощённое с целью облегчения визуального восприятия и поиска объекта. Пиктограмма усиливает характерные черты изображаемого предмета.

Промышленный дизайн (индустриальный дизайн, предметный дизайн) — вид дизайна, суть которого заключается в придании эстетических качеств промышленным изделиям. Промышленный дизайн — это дизайн объектов в области машиностроения, транспорта, орудий труда, бытовой техники, посуды, ткани, одежды, канцелярских принадлежностей, спортивных товаров и т. д.

Средовой дизайн — вид дизайна, создание внутренних пространств зданий и сооружений, предметно-пространственных комплексов, открытых городских пространств и парковых ансамблей, а также сценического пространства и праздничной среды.

Стилизация: 1) намеренная имитация художественного стиля, характерного для какого-либо автора, жанра, течения, для искусства и культуры определённой эпохи. Нередко связана с переосмыслением художественного содержания, составляющего основу имитируемого стиля; 2) в декоративно-прикладном искусстве, дизайне — обобщение изображаемых фигур и предметов с помощью условных приёмов; особенно характерна стилизация для орнамента.

Сценографический дизайн — вид средового дизайна, художественно-конструктивное творчество, направленное на оформление театрального спектакля, концерта или шоу. Сценографический дизайн включает в себя разработку сценического пространства: конструирование декораций, создание костюмов персонажей, постановку света и т. д.

Фирменный стиль — совокупность постоянных изобразительных, визуальных, информационных средств, с помощью которых организация или фирма подчёркивает свою индивидуальность.

Фирменный стиль используется как инструмент продвижения фирмы на рынок, привлечения внимания покупателей.

Экспозиция — это размещение (расстановка, развешивание, раскладка) предметов, экспонатов, которые выставляются на всеобщее обозрение по определённой системе на выставке или в музее. Экспозиция — это также собрание этих предметов или место, в котором располагается подобное собрание экспонатов (например, экспозиция картин живописи).

Учебное издание

Гуров Григорий Евгеньевич

Дизайн

10–11 классы

Учебник

Центр гармоничного развития личности и педагогических технологий

Ответственный за выпуск *Е. А. Комарова*

Редактор *Е. А. Комарова*

Художественные редакторы *Ю. Н. Кобосова, Л. П. Рочева*

Макет художника *О. Г. Ивановой*

Компьютерная вёрстка и техническое редактирование *В. В. Рочева*

Корректор *Т. И. Лошкарёва*

Дата подписания к использованию 06.04.2023.

Формат 84×108/16. Гарнитура TextBookC.

Усл. печ. л. 21,84. Уч.-изд. л. 25,92. Тираж экз. Заказ № .

Акционерное общество «Издательство «Просвещение».

Российская Федерация, 127473, г. Москва,

ул. Краснопролетарская, д. 16, стр. 3, этаж 4, помещение I.

Адрес электронной почты «Горячей линии» — vopros@prosv.ru.