



Содержание

Введение	6	РИСУНОК НА ПРАКТИКЕ: ТВОРЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС	102
ДУМАТЬ ПРЕЖДЕ, ЧЕМ ДЕЛАТЬ	8	От аналога к цифре	104
Метафора: от идеи к бумаге	10	Оцифровка рисунка	106
Методы активации творческого процесса	12	Дизайн букв	110
Дизайн-проект: специальности и разработка	14	Дизайн типографского шрифта	112
Графический дизайн – это коммуникация	16	Дизайн и применение леттеринга	114
Концепция: найти хорошую идею	18	Рисованная буква	118
Визуализировать – значит оценить заранее	20	Визуальный язык плаката	120
Макетирование: организация составляющих элементов	22	Плакат в смешанной технике	122
Визуальное восприятие	24	Фотография на плакате	126
Изображение: удивить зрителя	28	Гуашь и современный плакат	128
СРЕДСТВА ГРАФИКИ: МАТЕРИАЛЫ И ИНСТРУМЕНТЫ	30	Визуальная идентичность	130
Инструменты и материалы	32	Дизайн логотипа по правилу золотого сечения	132
Бумага: виды и форматы	34	Создание бренд-имиджа отеля	134
Инструменты для рисования: карандаши и уголь	36	Редизайн фирменного стиля ресторана	138
Пастель и воск	42	Иллюстрирование и техника подачи	140
Инструменты для рисования тушью	44	Реалистические рисунки тушью и акварелью	142
Другие способы нанесения цвета	48	Иллюстрация в технике, основанной на граффити	146
Жидкие материалы	50	Создание обложки CD-диска	148
Принадлежности и осветительные приборы	52	Рисунок и цифровые инструменты	150
Дополнительная аппаратура и компьютерная техника	54	Рисунок с предметами	154
ПРИНЦИПЫ И ТЕХНИКИ РАБОТЫ	58	Упаковка: защищать и извещать	156
Креативные процессы	60	Дизайн этикетки для шампанского	158
Презентация: как представить концепцию	62	Упаковка и торговая марка	160
Пропорции в графическом дизайне	64	Новая интерпретация традиции	164
Набросок, зарисовка, блок-схема, кроки, эскиз	68	Издательский дизайн	166
Графические техники и основы	70	Редизайн газеты	168
Линия и тон	72	Издание журнала	170
Изображение объемов и поверхностей	74	Макетирование книги	172
Закон цвета	78	Дизайн мультимедиа и интерактивность	176
Тени и объемы	80	Развлекательный характер интерактивного повествования	178
Классические техники изображения	84	Рисунок на сайте компании	182
Цифровая техника и хранение работ	94	Применение графики в окружающей среде	184
Чертеж	96	Визуальная коммуникация и <i>wayfinding</i> в больнице	186
Основные понятия в черчении	98	Глоссарий	188
		Библиография	190
		Благодарности	191



Введение

Рисунок в графическом дизайне абсолютно необходим независимо от того, применяется он в качестве визуализации или для организации, обобщения и систематизации контента. Быстрый набросок поможет выразить идею на бумаге.

Настоящая книга — отличный помощник для изучения принципов рисования в данной профессии. Наблюдение за реальностью, эксперименты с различными техниками и развитие творческого начала — вот ключ к «тренировке» руки и глаз. Кроме того, умение рисовать основано на практике, на следовании четкой методике и знании технических приемов: как построить композицию, соблюсти пропорции, показать глубину и объемы, придать движение и ритм, изобразить фактуру, применить цвет... Однако успешный результат — это еще и плод упорной практической работы, мастерства и восприимчивости. Эффективное использование традиционных средств и возможностей, которые открывают новые технологии, расширяет и обогащает язык графики. Секрет успешного дизайна заключается в умении в каждом случае выбирать для воплощения идеи наиболее подходящую методику и технику. В данной книге различные техники рассматриваются на примерах проектов знаме-

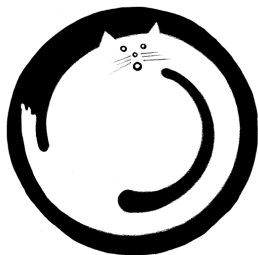
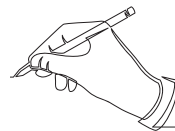
нитых профессионалов и работ, которые выражают новое видение молодых дизайнеров. Здесь представлены примеры с тематическим анализом, включающие разнообразные стили, приемы работы и проекты экспертов из более чем 15 стран.

Это полезное пособие для профессионалов и тех, кто только обучается дизайну. Из дидактических соображений в разделе, посвященном применению рисунка на практике, мы придерживаемся тона и стиля приглашенных дизайнеров. То, как они поясняют свои работы, и пошаговое выполнение изображений позволяет ощутить творческий процесс и понять логику каждого из них.

В своей педагогической практике мы столкнулись с тем, что одной из причин отказа от рисования является страх «белого листа». Мы знаем, что лучший способ его преодолеть — начать рисовать. Для того, чтобы достичь высокого качества в рисунке, нужно знать, «как это делается», и здесь мы с удовольствием делимся своим опытом и знаниями. Однако для успешного продвижения вперед требуются желание учиться, терпение, упорство и готовность выполнять ежедневные практические упражнения.



Когда Херман Монтальво только обдумывает форму, он уже учитывает возможность ее выполнения в различных техниках и на разных основах, как, например, в этом рисунке на ткани.



Дизайн Хермана Монтальво. Этот рисунок кота выступает в роли символа, как на плакате, так и на керамическом изделии.



germán Montalvo DESIGN

Эрик Оливарес Лира

Выпускник факультета графического дизайна (*EDINBA*, Мехико), магистр цифрового искусства (*IUA/UPF*, Барселона). С 1987 года работал в различных международных компаниях и организациях, разрабатывая дизайн фирменных стилей, иллюстраций, афиш, выставочных пространств, видео, мультимедиа и электронного искусства. Его работы в области дизайна и *new media art* получили награды, были опубликованы в различных изданиях и принимали участие в выставках в Мексике и большинстве стран Америки, Европы и Азии, а также вошли в коллекции музеев и организаций. Лира имеет богатый академический и педагогический опыт: он сотрудничает с университетами трех континентов. Кроме того, он является членом жюри и лектором международных биеннале и встреч и выполняет проекты визуальной и интерактивной коммуникации в своей студии *Inlightdesign*.

Лия Вилаур Чиаравиглио

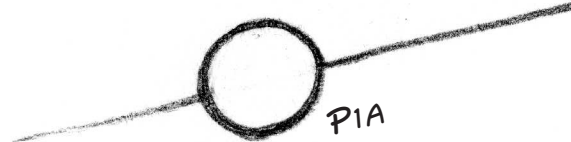
Лицензиат истории искусств Автономного университета Барселоны, включая год обучения в Болонском университете. Выпускница Европейского института дизайна в Милане, включая год учебы по обмену в Политехническом университете Лахти (Финляндия). Ее работа в *Mater* (Центре материалов *FAD*) подготовила ее к преподаванию курса инноваций и материалов в магистратуре по дизайну и современной архитектуре. В течение своей карьеры работала дизайнером в области инженерных и светотехнических исследований, в частных компаниях по дизайну интерьера, а также консультантом по цвето- и металловедению. В настоящее время работает в собственной студии *Inlightdesign*.

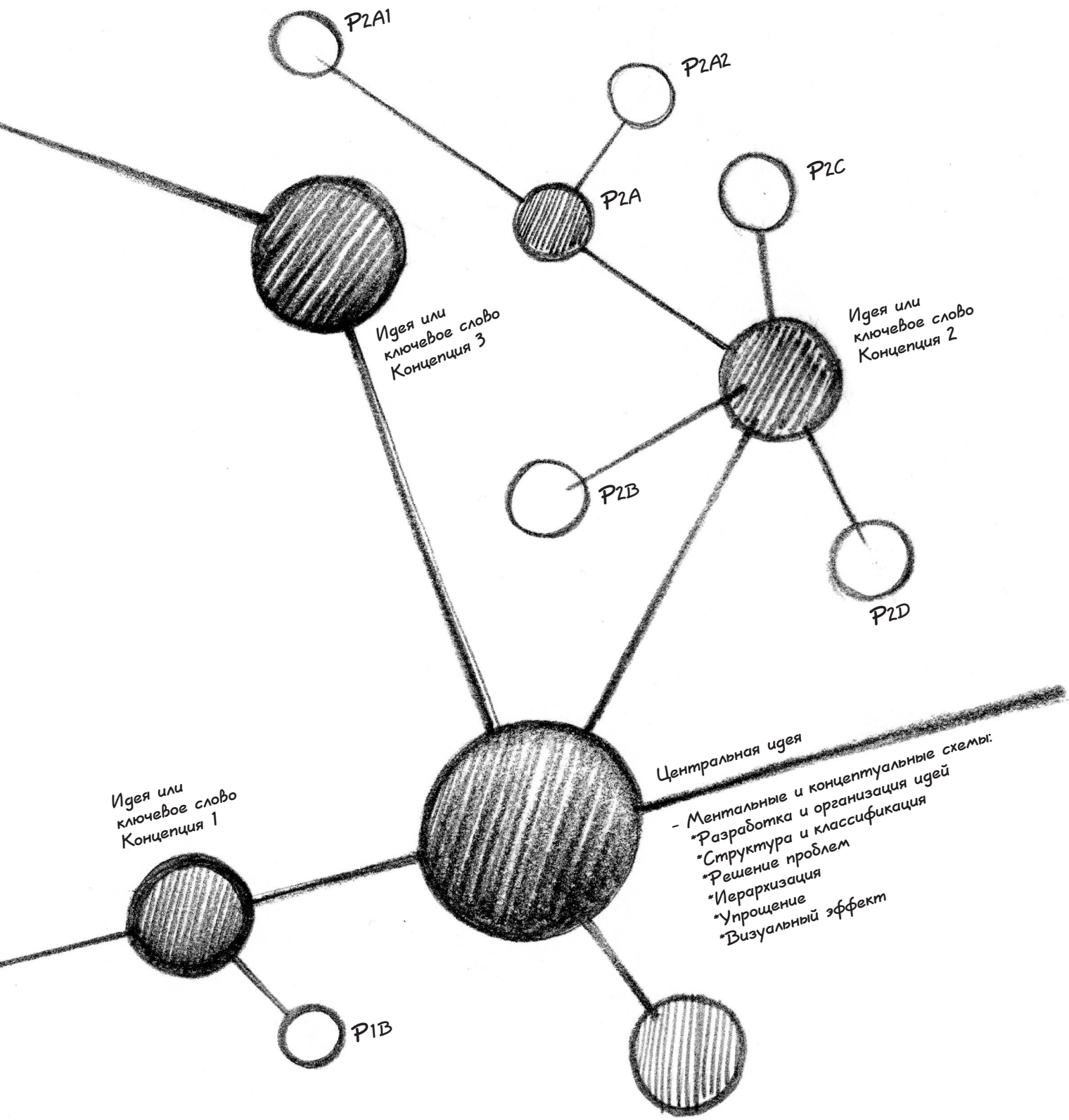


Думать
прежде,
чем делать

Создать дизайн — это гораздо больше, чем просто собрать, упорядочить и даже отредактировать. Это значит привнести ценность и смысл, осветить, упростить, разъяснить, переиначить, театрализовать, убедить и, возможно, даже развлечь.

Пол Рэнд





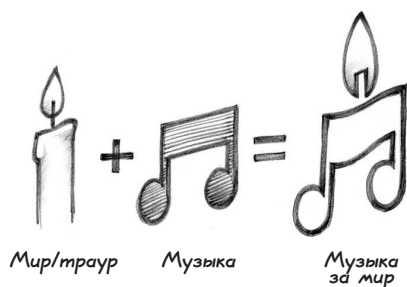


Метафора: от идеи



ЭРИК ОЛИВАРЕС. «Хиросима. Музыка за мир», 1995.
Афиша музыкального проекта в память 50-й годовщины атомной бомбардировки. Четырехцветная офсетная печать

к бумаге



Одна из основных целей графического дизайна — коммуникация. Чем больше будет известно о заказе и чем глубже получится его изучить, тем лучше сформируются ориентиры для разработки хорошего предложения. Знание целевой аудитории — ключ к созданию эффективного контакта с ней. Графические дизайнеры используют метафору, чтобы связать с концепцией текст, цвет, типографику и изображение. Визуальная метафора предполагает сходство между элементом или реальным образом и сравниваемым изображением: их можно связать с помощью дизайна или в результате интуитивной работы. Основная цель — прояснить, усилить или выявить новые аспекты замысла. И она достигается путем смешения, казалось бы, противоположных и невероятных элементов, через создание визуальных обобщений и комбинирование приемов и техник. Графический дизайн — визуальное искусство, он использует изображения, чтобы показать, раскрыть, указать, сравнить и даже убедить. Удачная метафора должна быть действенной в синтаксическом, семантическом и практическом плане и требует точного решения концепции и формы.



Методы активации творческого процесса

Работа дизайнера начинается с предварительного исследования, результаты которого можно представить на мудборде («доска настроения», от англ. *mood board*). Это набор предлагаемых цветов, текстур, настроений, стилей, форм и ссылок, связанных с проектом. Другой метод поиска новых идей — мозговой штурм, действующий по принципу их сопоставления. Это командная работа, где принимаются все замыслы участников, которые затем проходят тщательный анализ и отбор лучших.

Кроме того, можно работать со списком слов, представляющих концепции и ценности, чтобы найти аналогии по смыслу и форме. Эти слова объединяются, сочетаются, оцениваются: из них выбирают элементы, которые затем

могут быть использованы для разработки визуального концепта.

ПЕРЕНОС НА БУМАГУ

С помощью набросков рука с карандашом запускает творческий процесс. Первая идея — самая сложная, но одна ведет к другой, и далее.

Еще один способ — изменить фокус: мыслить наоборот, чтобы дать оценку с разных сторон. Помогает и риторика: в то время как одни приводят аргументы «за», другие высказываются «против», что позволяет провести более качественный анализ. В конечном счете два пути ведут к инновациям. Первый — обеспечить необходимость, второй — придумать новые методы и новые механизмы действия, а затем применить их на практике. Если нет возможностей, их создают!



В работе Исидро Феррер использует возможности мудборда.

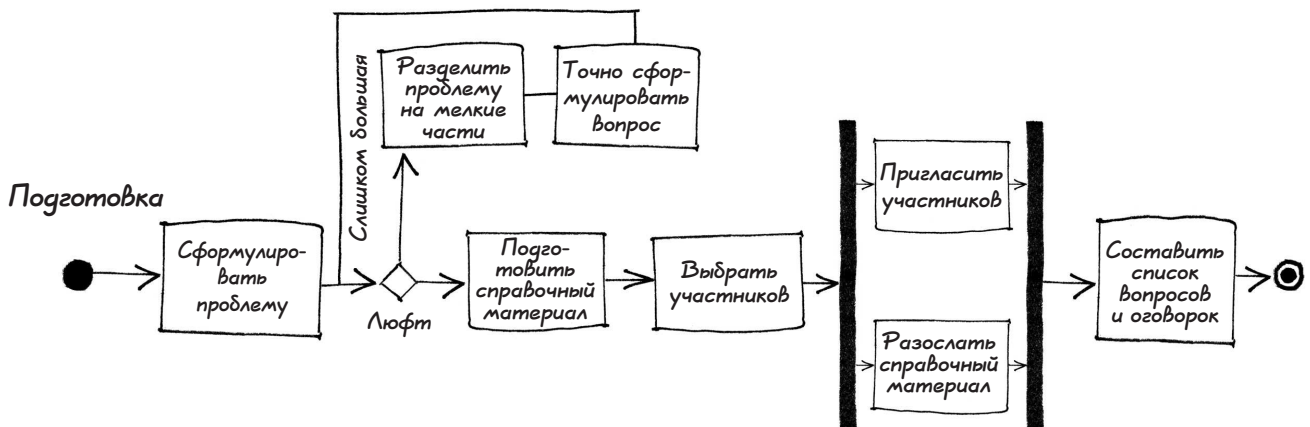
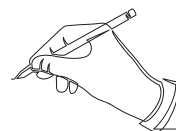


Схема проведения мозгового штурма для поиска идей.



ОТ НАБРОСКОВ К ГРАФИЧЕСКИМ СИМВОЛАМ

Подготовительная работа ведет к созданию графических обозначений, которые визуализируются с помощью рисунков и различных техник презентации. В отличие от алфавитной системы, где символы и критерии четко определены, изображения могут быть истолкованы по-разному. Особенно сложным графику делает количество переменных, которые необходимо учитывать, и то, что ее прочтение тесно связано с опытом каждого человека. При формировании изображений также учитывается цвет — отдельный элемент, потому что текст или изображение могут работать без добавления цвета. Создание визуальной метафоры, а также применение определенного графического решения в некоторых дизайнах необходимо рассматривать с учетом технических, технологических и производственных ограничений. В трехмерных проектах в игру вступают свет и кадрирование, позволяющие показать изменчивость обозначения. А графика в движении включает к тому же текстовые пояснения, время и пространство.



Природа



Компьютер



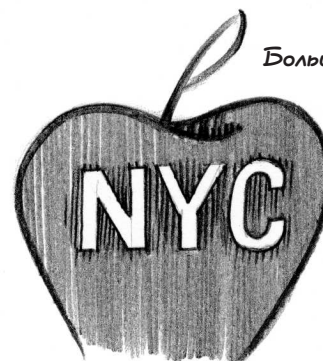
Ньютон



Яг

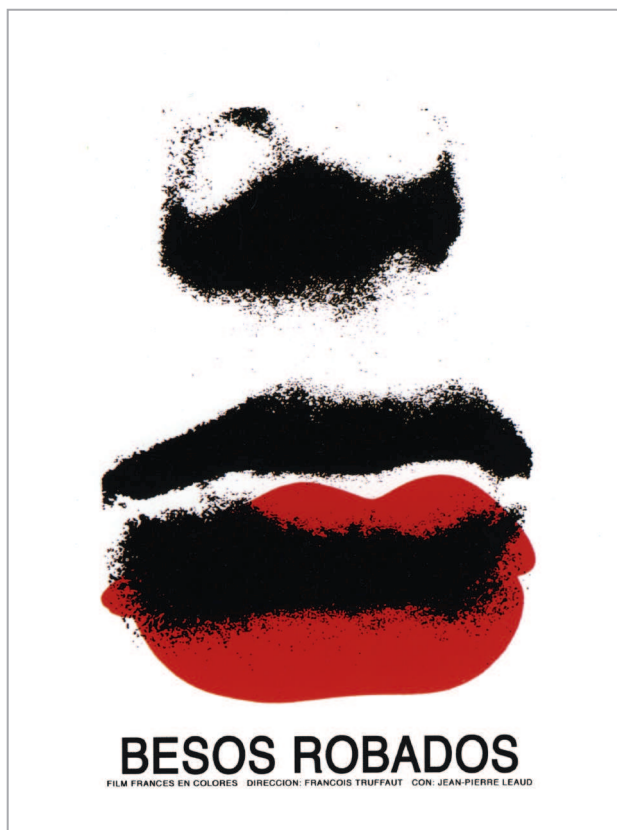


Грех



Большое яблоко

Киноафиша Рене Аскуа, выполненная на контрасте двух чистых цветов, решена минимальными средствами, но представляет собой выразительную метафору.



Изображения полисемичны, они могут нести в себе множество значений.



Дизайн-проект: специальности и разработка

Графический дизайн охватывает различные сферы деятельности, требующие широкого диапазона совершенно разных навыков. В зависимости от проекта определяют специализации: дизайн фирменного стиля, дизайн плакатов, леттеринг и типографика, брендинг и упаковка, иллюстрация, редакционный дизайн, газетный дизайн, графика окружающей среды и выставочных площадей, точек продаж, рекламы, указателей, компьютерная графика, моушн-графика (*motion*, графика движения), телевизионная и мультимедийная графика.

СОСТАВЛЕНИЕ БРИФА

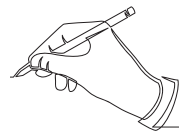
Каждый проект уникален, следует собственной методологии и требует специального брифа для разработки и реализации.

Бриф включает всю информацию, необходимую для разработки концепции, дизайна и выполнения задания. Данные должны быть достоверными и выраженными просто и четко. Этот документ в письменном виде содержит требования и проблемы, которые необходимо решить, информацию о компании или клиенте, общее видение проекта, бюджет и сроки сдачи. При разработке дизайн-проекта важно придерживаться этой информации, хотя можно делать смелые предложения и вносить новые идеи, основываясь на других точках зрения.



Первая полоса ежедневной газеты *Público* в день всеобщей забастовки 29 сентября 2010 года в Испании была рисованной. Ее можно сравнить с обычным оформлением.





Обложка с изображением, нарисованным векторами, отпечатана в четырех цветах, автор Эрик Оливарес.



Детский персонаж Тео сначала был трехмерным: его выполнили из бумаги и текстиля с помощью разрезов и складок и раскрасили в смешанной технике аэрографии акрилом и цветными карандашами по частям, а затем собрали на силиконовой подложке.



Редизайн марки шампанского *Pol Roger*, автор Льюис Моберли.



Эскиз шрифтов для плаката. Сначала он был нарисован от руки, а затем обработан в программе векторной графики.

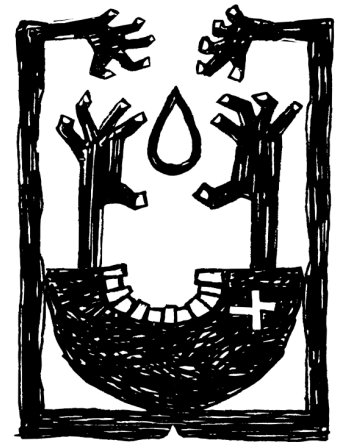


Графический дизайн — ЭТО КОММУНИКАЦИЯ

На основе отобранных развернутых метафор, соответствующих изложенным в брифе требованиям, разрабатывается предложение по проекту. Концепцию представляет конкретное изображение или их группа. Они всегда целенаправленны и обращены к зрителю, с которым намерены установить связь. Целью является объективная информация, поэтому предлагаемую концепцию, по возможности, согласовывают с представителями целевой аудитории.

При разработке проекта его восприятие другими людьми

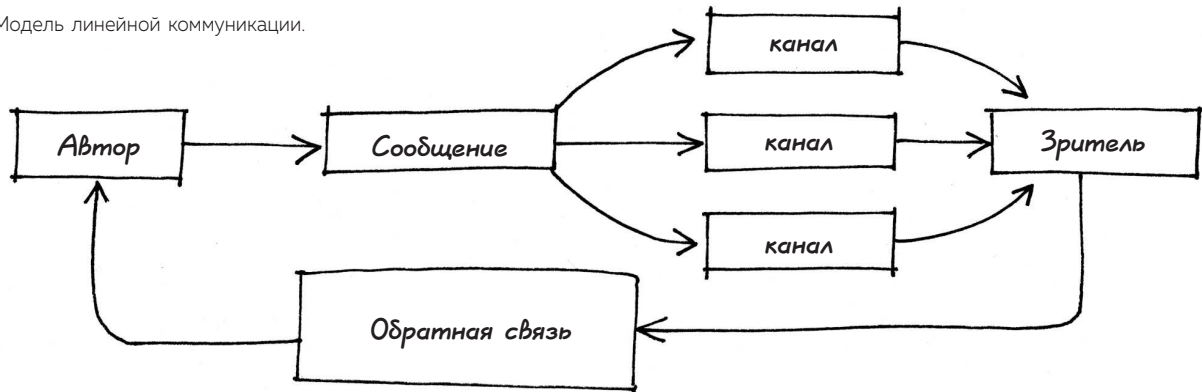
позволяет оценить, насколько то, что предлагается, легко понять и как точно передано задуманное. Это своего рода «термометр», который показывает, в правильном ли направлении продвигается работа. Некоторые авторы идут еще дальше и ищут вдохновение в поведении и особенностях целевой аудитории.



Плакат, передающий идею «Вода для человечества». Монохромное решение подчеркивает злободневность сообщения.

agua para la humanidad!
water for humanity!
l'eau pour l'humanité!

Модель линейной коммуникации.



«Выжить». Карлос Винисиус Лопес. Плакаты посвящены причинам эмиграции.