

Федеральное агентство по образованию
Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Учебная программа дисциплины
по специальности
070601.65 «Дизайн»
(Графический дизайн)

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2010

Учебная программа по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» составлена в соответствии с требованиями ГОС ВПО.

Предназначена студентам специальности 070601.65 «Дизайн» («Графический дизайн»).

Составители: Л.Л. Вахрушева, доцент кафедры дизайна;
Т.В. Вознесенская, ст. преподаватель кафедры дизайна.

Утверждена на заседании кафедры дизайна от 24.03.2009 г., протокол № 8.

Рекомендована к изданию учебно-методической комиссией института сервиса, моды и дизайна ВГУЭС от 09.06.2009 г., протокол № 6.

© Издательство Владивостокский
государственный университет
экономики и сервиса, 2010

ВВЕДЕНИЕ

Графический дизайн всегда находился в авангарде проектной культуры. Эта дизайнерская специализация как часть дизайна способна в силу своей имманентной мобильности первой впитывать и реализовывать новые идеи и веяния. Графический дизайн – это процесс выбора и организации графических компонентов с целью достижения определенной цели, которая может быть либо эстетической, либо иметь функциональную подоплеку, а зачастую преследовать обе эти цели. Любой графический дизайн, оперируя невербальными, визуальными символами, может оказывать огромное влияние на аудиторию. Успех того или иного проекта во многом зависит от соблюдения внутренних принципов, которыми руководствуется специалист при создании любого объекта графического дизайна.

Особое место данной дисциплины в профессиональной подготовке обусловлено тем, что «Проектирование в графическом дизайне» является базой для подготовки студентов специальности Графический дизайн. Предлагаемая дисциплина позволит будущему дизайнеру-графику грамотно ориентироваться в различных сферах дизайнерского творчества, осмысленно подходить к вопросу технического обеспечения и поддержки специалиста в области художественного проектирования.

Дисциплина тесно связан и опирается на такие дисциплины, как «Типографика», «Шрифт», «Техника графики», «Фотографика», «Компьютерные технологии», «Цветоведение и колористика», «Композиция» и др.

Дисциплина предусматривает лабораторные аудиторные занятия с преподавателем, посещение музеев и выставок, непосредственное знакомство с деятельностью дизайн-студий и художественно-проектных бюро, выполнение заданий в рамках самостоятельной работы студента.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1.1. Цель и задачи учебной дисциплины

Целью дисциплины является:

- является изучение особенностей графического дизайна, как вида творческой деятельности, т.е. той предметной области, на которую непосредственно ориентирована специальность;
- приобретение студентами практических навыков создания дизайнерского продукта;
- формирования компетенций в области общих методов, принципов и приемов композиции в дизайне различных объектов визуальной коммуникации.

В ходе её достижения решаются задачи:

- применять полученные теоретические знания в области проектирования на практике при работе с графическим материалом;
- научить создавать и разрабатывать графические дизайн-проекты и рекламную продукцию самостоятельно;
- дать фундаментальные понятия о структуре проектной дизайнерской деятельности;
- изучить все виды графической продукции, реализуемой сегодня на рынке, и области её применения;
- дать представление о современных материалах, используемых сегодня в полиграфической промышленности;
- применять на практике при создании любого вида продукта полученные теоретические знания по композиции, психологии, физике цвета, шрифтовой графике, компьютерной графике создавать различные графические произведения.

1.2. Перечень компетенций, приобретаемых при изучении дисциплины

Студенты в процессе обучения должны приобрести следующие компетенции:

- готовность использовать профессиональную терминологию и иметь представление о типологии объектов графического дизайна;
- умение создавать графическую продукцию в любом стиле;
- способность использовать компьютерные технологии для создания конечного рекламного продукта;
- умение сочетать художественную графику, фотографию, шрифт для создания полиграфической продукции;

- умение создавать рекламную продукцию для любой сферы деятельности: торговой, политической, социальной;
- способность грамотно использовать шрифты, рисунки, фотографии, анимацию при создании различных типов графической и электронной продукции;
- умение проектировать знак, логотип.

1.3. Основные виды занятий и особенности их проведения

Данная дисциплина является базовой для подготовки специалистов в области графического дизайна и ведется с 3 по 10 семестр. Общая продолжительность дисциплины составляет 1288 академических часов.

3 семестр	– 146 часов
4 семестр	– 146 часов
5 семестр	– 146 часов
6 семестр	– 146 часов
7 семестр	– 176 часов
8 семестр	– 176 часов
9 семестр	– 176 часов
10 семестр	– 176 часов

Теоретический материал преподаётся студентам на лабораторных занятиях при выдаче задания. Результаты его освоения выявляются в ходе проведения контрольных этапов. Каждая аттестация завершается оценкой выполненной работы.

На лабораторных занятиях студенты выполняют графические работы, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе. Такая взаимосвязь позволяет лучше усвоить изученный материал и понять возможности его практического применения.

Отличительной чертой данной дисциплины является ее художественная направленность. При выполнении всех заданий студенты много рисуют, чертят, пишут тушью, красками и другими материалами. Часть работы выполняется от руки.

Очень важным фактором успешного обучения является введение студентов в актуальную художественную жизнь, включение в международные профессиональные программы. Студенты принимают участие во всех выставках и акциях, семинарах и конференциях, во всех событиях художественной жизни. Участие в конкурсе даёт возможность студентам попробовать свои силы в соревновательных условиях, ознакомиться с работами студентов других ВУЗов, получить наиболее объективную оценку своей работы, и привыкнуть к демонстрации своих работ перед общественностью.

1.4. Виды контроля и отчетности по дисциплине

Промежуточный контроль знаний осуществляется в форме дифференцированного зачёта. В течение семестра осуществляется текущий контроль знаний студентов, учитывающий посещаемость занятий, результаты тестов, а также объем и качество выполненных лабораторных работ.

1.5. Техническое и программное обеспечение дисциплины

Особенность дисциплины предполагает наличие аудиторий, оборудованных специальной мебелью для выполнения графических работ на планшетах большого формата. Необходимо также дополнительное помещение для хранения выполненных работ, выставочное оборудование и пространство для экспонирования лучших работ.

Применение компьютерных технологий необходимо в подготовке специалиста-дизайнера. Эффективная работа с программами Corel DRAW, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator и д.р. расширяет спектр графических эффектов и даёт дополнительные возможности творчеству студентов. Хорошее знание компьютера значительно облегчает работу дизайнера и упрощает допечатную подготовку графического материала.

Использование компьютерных технологий при выполнении графических работ диктует свои условия к компьютерному классу, а именно: наличие специального программного обеспечения для графики, мультимедийного оборудования, электронных планшетов.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Перечень тем теоретических занятий

Тема 1. Типология объектов графического дизайна. Изучение основных методов, принципов и приемов композиционной организации. Понятие коммуникативности – как одной из важнейших функций современного графического дизайна и ее роль в современной культуре и проектной деятельности.

Проектирование дизайн-проектов невозможно без изучения его функциональных, композиционных и других особенностей. Разработка различных типологий поможет наиболее полно раскрыть сущность объекта, выявить комплекс связей, в которых он участвует по отношению к человеку, среде.

Исходя из того что графический дизайн имеет дело с миром информации (не случайно определяющей его функцией является коммуникативная), то убедительно подразделение его объектов по следующим основаниям:

- носителю визуальной информации;
- характеру его образа;
- функциональному предназначению;
- композиционно- структурным качествам;
- типу изобразительной поверхности.

Типология объектов по носителю визуальной информации:

• печатная реклама(в журналах, каталогах, проспекты, плакаты, упаковки);

- рекламная графика;
- рекламные заставки и ролики на телевидении;
- объекты массового восприятия (решения выставок, витрин).

Типология объектов по характеру образа визуальной информации:

- рисунки (главный метод графического дизайна);
- чертежи (разметка и построение оригинал-макетов);
- промышленная графика (этикетки, фирменный стиль, товарные знаки, упаковки, реклама);
- оформительская графика (стилизованные и декоративные композиции).

Тема 2. Понятие корпоративного (фирменного) стиля.

Фирменный стиль — это совокупность приемов (графических, цветовых, типографических, композиционных и пр.), которые обеспечивают запоминаемость и узнаваемость торговой марки, тем самым способствуя увеличению её ценности.

Тема 3. Упаковка как элемент фирменной продукции.

Упаковка – это носитель закодированной информации не только о самом продукте, но и о производителе. Поэтому на первом этапе работы очень важно учесть эмоциональные отношения потребителя к создателю продукта. Для только вступивших на рынок или небольших производителей стоит задача привлечь на себя внимание и возбудить интерес к продукту при невозможности крупных затрат на рекламу. Достичь этого можно использованием оригинальных дизайнерских решений. Образ же крупного, хорошо зарекомендовавшего себя в глазах покупателя производителя формируют убедительность и характер обращения к историчности и традиционализму в образе марки.

Тема 4. Проектирование зоны входа и оформление витрин.

Грамотная и интересная организация входа – исключительно важный вопрос, и для небольших магазинов успешное его решение во многом определяет показатели деятельности. Витрины и вход в магазин могут в считанные секунды вызвать мысли, ассоциации, создать настроение для осмотра и покупок, превратить прохожих – любопытных и рациональных, спешащих и неторопливо гуляющих, – в покупателей.

Тема 5. Плакат.

Плакат – броское, как правило крупноформатное, изображение, сопровождаемое кратким текстом, сделанное в агитационных, рекламных, информационных или учебных целях. К особенностям жанра можно отнести следующее: плакат должен быть виден на расстоянии, быть понятным и хорошо восприниматься зрителем. В плакате часто используется художественная метафора, разно масштабные фигуры, изображение событий происходящих в разное время и в разных местах, контурное обозначение предметов. Для текста важным является шрифт, расположение, цвет. В плакатах используется также фотография в сочетании с рисунком и с живописью.

Тема 6. Графический дизайн рекламной продукции.

Графический дизайн всегда направлен либо на создание каких-либо функциональных или эстетических элементов. Конечно, зачастую востребовано именно грамотное и качественное сочетание и того и другого. Особенно явно это проявляется в дизайне рекламной продукции. Сегодня графический дизайн – это не создание красивой картинки, а представление информации в том виде, в котором она может привлечь внимание потенциального клиента. А привлечь внимание клиента, как известно, это основная задача любой рекламной продукции и ее первичная цель. В первую очередь графический дизайн направлен на создание эффективной визуально-коммуникативной среды. Зачастую, выступая в качестве инструмента рекламной продукции, графический дизайн несет и свою культурную нагрузку. Если учесть, что так или иначе человек

получает огромное количество информации именно визуально из окружающего мира, то графический дизайн является неоценимым средством для рекламы. Ведь его особенность заключается именно в точной и концентрированной подаче информации человеку.

Тема 7. Разработка макета многостраничного печатного периодического (журнал, газета, брошюра) издания.

Современный дизайн газеты и журнала невозможен без моделирования. Наличие модели позволяет читателю ориентироваться в содержании издания, а умело организованные акценты направляют читательское внимание.

Тема 8. Графический дизайн в среде.

Исследуется использование средовой графики как общественного информационного инструмента, в наружной рекламе, POS материалах, изучаются принципы разработки дизайна для оформления интерьера и экстерьера. Работа ведется с разными форматами носителей. Со студентами разбираются особенности менеджмента проекта средового дизайна. Практическими работами являются разработки проектов разных форматов по брифам заказчиков.

Тема 9. Разработка макета многостраничного печатного издания.

Дизайнер-график, создавая оригинал-макет, всегда должен помнить о его реальном воплощении, о том, чтобы копия как можно более точно соответствовала авторскому замыслу. Поэтому в графическом дизайне используется метод физического макетирования. Основная его цель – дать исчерпывающее представление о том, как работа дизайнера будет смотреться в 'материале', выяснить и отработать эргономические и эксплуатационные свойства носителя визуального сообщения. Особенно нужно физическое макетирование в дизайне печатной продукции. Так, например, физический макет создается для того, чтобы детально проработать конструкцию многостраничного издания и представляет собой выполненный в натуральную величину образец журнала, брошюры, книги, альбома. Переплет, обложку, титульный лист такой макет воспроизводит целиком, а книжный блок имитируют скрепленные листы бумаги, на которых расклеены образцы размещения набора и иллюстраций, имеющие внешнее сходство с теми, которые войдут в проектируемое издание. Таким образом, физический макет несет всю информацию об архитектонике печатного издания. В этом случае дизайнер-график выступает не только в роли художника, наборщика текста, верстальщика, художественного и технического редактора, но и конструктора.

Тема 10. Веб-дизайн.

Веб-дизайн (от англ. *web design*) – в узком смысле это визуальное оформление веб-страниц. Он играет такую же роль для сайта, как поли-

графический дизайн и вёрстка для бумажного издания. В широком смысле «веб-дизайном» называют веб-разработку, то есть создание сайта вообще, проектирование структуры, навигации и иногда движка сайта. Сайт должен быть гармоничен – функциональность; стиль и визуальное восприятие; легкость использования – это те три кита, на которых базируется веб-дизайн, и ни одно из этих направлений не должно превалировать. При этом необходимо помнить об эlegantности и эстетичности стиля, долженствующих произвести благоприятное впечатление на пользователей, а также, естественно, о легкости навигации.

2.2. Перечень лабораторных работ

Лабораторная работа № 1

«Графические упражнения на передачу различных эмоциональных состояний, движения или действия, массы заданными абстрактными средствами»

Эта работа объединяет в себе одновременно несколько задач, связанных с эмоционально-мыслительным процессом, его отражением на плоскости листа с помощью средств формальной композиции и с помощью цвета. Тема заставляет пробудить творческие силы и вместе с ними художественные способности учащихся. Попытка передачи эмоций раскрывает личные переживания и особенности восприятия каждого студента, что придает этим работам эмоциональное своеобразие. Постепенно студенты должны осознанно избавляться от стереотипов и учиться работать самостоятельно. Тема помогает ознакомить студентов с различными графическими материалами и способами их применения. Она знакомит с основами формальной композиции, без чего нельзя стать профессионалом. Законы формы и цвета открывают мир объективных начал искусства.

Содержание работы:

1. Студенты выполняют заданные педагогом словесные задания с помощью имеющихся средств формальной композиции путем перемещения точки в формате листа; например, "летающий шмель", "прыгающий мяч", "взлетающий самолет".

2. Студенты выполняют упражнения на передачу полярных эмоций линией, при этом, обращая внимание на композиционное размещение в формате, которое должно соответствовать заданной теме. Примерные темы: радость-горе; смех-плач; вдохновение-упадок; доброта-злость; жадность-щедрость; любовь-безразличие; восторг-разочарование; хитрость-простодушье.

3. Студенты выполняют упражнения на передачу движения в ахроматической гамме, при этом, обращая внимание на композицию, ко-

торая должна соответствовать заданной теме. Примерные темы: ломать, ползти, резать, нырять, сближаться, взлет, падение, возвращение, наступление, напряжение, растяжение, разрушение, сжатие, созидание, отступление.

4. Студенты выполняют упражнения на передачу состояния массы в цвете, при этом и композиция в формате и цвет должны быть направлены на выполнение задания. Примерные темы: студенистое (желе), липкое (клей), вязкое (повидло), твердое (камень), текучее (вода), податливое (пластилин), рыхлое (картошка варенная), воздушное (облако).

5. Студенты выполняют упражнения на передачу эмоционального состояния в цвете, при этом и композиция в формате и цвет должны быть направлены на передачу заданного состояния. Примерные темы: нежность, задумчивость, уверенность, ностальгия (тоска), удовольствие, сожаление.

6. Студенты выполняют упражнения на передачу эмоционального состояния при помощи рукописного шрифта. Начертание и композиционное размещение текста в формате должны быть направлены на передачу заданного состояния. Примерные темы: страх, сон, боль, тишина, восторг, радость.

Работы выполняются на формате А3 в различной технике, тушь, гуашь, акварель, коллаж.

Лабораторная работа № 2 **«Абстрактно-эмоциональный плакат»**

Цель работы: передача различных эмоциональных состояний окружающей среды или человека посредством применения основных принципов формальной композиции с использованием цвета, как элемента отражающего смысл и идею композиции.

Задачи, которые решаются в процессе выполнения работы:

– развитие интуитивных способностей студента к художественно-образному и абстрактному мышлению; умение применить выразительные свойства и средства композиции в изображении различных состояний окружающего мира и внутреннего мира человека.

Содержание работы:

Выполнить формально-композиционное произведение, адекватно отражающее тему и название данной композиции при помощи цвета, коллажа, формы вырезки элементов коллажа и средств формальной композиции. Название композиции имеет огромное значение, так как оно определяет основную идею произведения. При этом необходимо учитывать степень визуальной активности работы и ее качественную специфику передачи эмоционально-чувственного восприятия различных состояний природы и человека. Название работы выбирается сту-

дентом, по собственному усмотрению, желательно, чтобы оно не было слишком простым, скучным. Название плаката по своей метафоричности и многогранности приравнивается к слогану. Плакат должен работать ассоциативно, при рассмотрении его визуально не должно возникать никаких предметных ассоциаций. Работа выполняется на планшете 55×75 см в различной технике.

Лабораторная работа № 3 **«Фирменный стиль»**

Цель работы: разработка графических составляющих и основных носителей фирменного стиля на заданную тему. Тема задается преподавателем или выбирается произвольно.

Фирменный знак является одним из главных элементов при разработке рекламного комплекса. Он может иметь разнообразные начертания тёмных силуэтов на светлом и светлых силуэтов на тёмном фоне (позитив, негатив), а также различные варианты комбинаторики со шрифтовой надписью (логотипом, фирменным наименованием); может быть ахроматическим или выполненным в определённом цветовом сочетании. Работая над поисками новых индивидуальных начертаний, необходимо помнить, что знак и логотип должны быть хорошо скомпонованы, легко читаться и запоминаться, быть лаконичными и технологичными при нанесении на поверхность товара, обладать ассоциативностью, новизной, охраноспособностью.

Знак и логотип не должны дублировать друг друга, но и не должны быть абсолютно разными по построению, по смыслу, по образу. Их необходимо привести в единую систему. Разработанные начертания знака и логотипа должны логично увязываться с начертанием выбранного шрифта, что создаёт в целом комплексе стилевое единство восприятия, читаемость и узнаваемость. Детали знаков, толщины линий, форм должны ассоциативно угадываться, отвечать толщинам и характеру шрифта. В случае необходимости в знаках и логотипах можно дополнительно использовать цвет для выявления самого главного, смыслового. Студент должен учитывать размер, масштабность при применении знака на бланках организационно-распорядительной документации, в печатных изданиях, плакатах, рекламных вывесках, памятках, проспектах и т.д.

Содержание работы:

В процессе разработки фирменного знака, логотипа студент на основе собранного материала выполняет различные варианты начертания предлагаемых знаков, логотипов. Этот процесс обусловлен тем, что прежде чем приступить к целостному, комплексному проектированию всех остальных элементов, очень важным, даже главным, является пер-

воначальная разработка именно знаковой системы. Товарный знак вместе с полным фирменным наименованием образуют фирменный блок. Композиция фирменного блока может меняться в зависимости от решения конкретных художественных задач.

Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 50×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 4 **« Фирменный стиль в интерьере»**

Выбор формы и способа применения фирменного стиля в интерьере зависит от постановки задачи, каким образом должно работать данное помещение. Например, в клиентских зонах (таких как ресепшн, переговорные залы и т.д.) необходимость следовать корпоративной стилистике проявляется гораздо чаще. Фирменный стиль может находить свое отражение в предметах интерьера или аксессуарах. Фирменный стиль необязательно являет собой «дословное» цитирование логотипа фирмы на каждой стене помещения, он может прослеживаться в цветовом решении или массой других неявных способов.

Содержание работы:

В процессе работы студент на основе выбранного им интерьера выполняет различные варианты применения разработанного им ранее фирменного знака и логотипа в соответствии с характером деятельности предприятия или фирмы.

Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 50×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 5 **«Упаковка»**

Цель работы: Познакомиться с принципами дизайна упаковки для: домашних продуктов (home product), косметического и парфюмерного маркетинга, игрушек, продуктов питания, алкогольной продукции и напитков, для рекламных и POS материалов, изучить специфику дизайна для данных областей; а также материалы о бренд идентификации, конструкции, материалах и связях с ритейлом (розничной торговлей).

Содержание работы:

В ходе выполнения работы необходимо представить проект упаковки по всем перечисленным выше областям по предложенной тематике. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 50×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 6

«Витрина»

Содержание работы:

Разработать оформление входа в предприятие общественного питания, торговли или офис. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 50×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 7

«Разработка рекламного плаката»

Содержание работы:

Разработать серию из 3 плакатов. В одном из трех плакатов необходимо было сделать акцент на необычном цветовом решении, в другом – выйти за рамки жанровой формы плаката, в третьем – доминировать смысловая инновационность. Плакаты выполняются на формате А2.

Лабораторная работа № 8

«Разработка дизайн-макета рекламного буклета»

Содержание работы:

Необходимо разработать фирменный стиль вымышленного развлекательного мероприятия, для которого нужно было разработать эмблему и буклет. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 50×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 9

«Разработка дизайн-макета периодического издания»

Цель работы: ознакомить студентов с теорией и практикой моделирования, начиная с появления стандартных макетов и кончая оформительскими моделями современных изданий. В процессе выполнения студенты приобретают навыки разработки различных частей модели и получают представление о процессе создания комплексной модели издания.

Содержание работы:

Разработать модель газеты (по выбору) или создать художественный проект журнала (по выбору). Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 100×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 10

«Разработка системы навигации выставочной экспозиции»

Содержание работы:

Разработать концептуальное решение системы визуальных коммуникаций и навигации для выставочной экспозиции произвольной тематики. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 100×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 11

«Разработка дизайн-макета иллюстрированного неперидического издания (подарочное издание, книга-игрушка)»

Содержание работы:

Разработать дизайн-макет иллюстрированного неперидического издания. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 100×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

Лабораторная работа № 12

«Проектирование интерфейса сайта»

В ходе работы необходимо представить визуальное оформление веб-страниц сайта по предложенной тематике.. Студент при выполнении этой работы должен руководствоваться не только требованиями к графическому дизайну, но также и требованиями к эргономике. Задача работы заключается в разработке общей художественной концепции сайта: выбор гармоничного цветового решения, создание коллажей, сочинение и эффективное использование графических образов и метафор. Вся работа должна основываться на знании теории цвета, баланса композиции, а также многих других фундаментальных принципов дизайна. Аналогом понятия «эргономика» является современный термин «юзабилити», который означает разработку дизайна, ориентированного на пользователей сайта (usability – практичность, удобство и простота использования). С точки зрения юзабилити главное предназначение графического дизайна – способствовать более легкой ориентации посетителей в информационном пространстве сайта и помогать им эффективно воспринимать предоставляемую информацию.

Содержание работы:

В соответствии с техническим заданием необходимо выполнить дизайн основной и типовых страниц сайта. Дизайн страниц представляет собой графический файл, слоеный рисунок, состоящий из наиболее

мелких картинок-слоев элементов общего рисунка. При этом студент должен учитывать ограничения стандартов html (не создавать дизайн, который затем не сможет быть реализован стандартными средствами html), а также продумать наполнение контентом. Весь разработанный материал должен быть представлен на планшете размером 100×100 см и сопровождаться краткой аннотацией.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Для выполнения самостоятельных работ студенты могут использовать литературу, имеющуюся в библиотеке, альбомы по графике и живописи, периодические журналы, лекционный материал преподавателя, а также информацию, полученную в интернете.

3.1. Перечень и тематика самостоятельных работ студентов по дисциплине

Самостоятельные работы являются подспорьем, подготовкой к выполнению лабораторных работ. Студент должен обратить особое внимание на сбор иллюстрационного материала. Весь подаваемый материал должен быть систематизирован и проанализирован. При выполнении анализа необходимо обратить внимание на следующие моменты:

- формально-образное выражение в рекламе содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики.
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи.
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов и среды.
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретной задачи.
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры.

Предлагаемые темы самостоятельных работ:

1. Дизайн как моделируемое оформление.
2. Моделирование и художественное проектирование. Соотношение понятий.
3. Макетирование и художественное конструирование: общее и особенное.
4. Методика разработки фиксированной структуры в журналах.

5. Функциональная модель периодического издания.
7. Эстетизированная модель периодического издания.
8. Размерные характеристики издания и размерные стереотипы.
9. Фактические и стандартные размерные характеристики: нахождение оптимума.
- 10 Модульная сетка: от модулора до объемных сеток А. Херлберта.
11. Блочные стандартные макеты в газетах и типовые композиционные схемы в журналах.
12. Методика создания эталонных стандартных макетов.
13. Универсальные типовые макеты и возможности их использования при верстке периодических изданий.
14. Стандартные операции оформления и правила набора и верстки.

3.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Для успешного выполнения лабораторных работ, студент должен самостоятельно прорабатывать теоретический материал по заданной теме и изучать литературу по разрабатываемой теме. Студент должен самостоятельно подбирать слоганы, стихи, выдержки из произведений нужной эпохи к каждой практической работе, чтобы иметь выбор в литературном материале, который ему предстоит воплотить в графике на бумаге. После проведения лабораторной работы в классе студент самостоятельно дорабатывает работу, исправляя недочёты, если таковые имеются.

Результаты выполненной самостоятельной работы должны быть представлены к назначенному сроку в виде портфолио. Материал должен быть собран в папке, удобно размещён по тематике в определённом порядке. Графический материал должен содержать пояснения и комментарии. Преподаватель оценивает самостоятельную работу. В случае невыполнения самостоятельной работы студент не допускается к выполнению лабораторной работы. После оценки преподавателем самостоятельная работа не изымается у студента до окончания курса, являясь дополнительным доступным материалом, который активно используется в дальнейшей работе.

Темы лабораторных и самостоятельных работ разработаны таким образом, чтобы дополнять друг друга. Самостоятельные работы помогут набрать студенту больше графического материала для выполнения лабораторных работ. Это позволяет студенту расширить свои знания в данных вопросах, познакомиться с работами больших мастеров в данной области; а также стимулирует его творческую фантазию.

Программа «Проектирование в графическом дизайне» связана с другими дисциплинами, преподаваемыми студентам специальности «Графи-

ческий дизайн». Проектирование немыслимо без навыков по композиции, психологии цвета, истории искусств, компьютерному моделированию. Знание законов эргономики и психологии человека поможет создавать удобную и грамотную продукцию. Разумеется, просто необходимы навыки по рисунку и живописи, а также умение воплотить свой замысел на бумаге. Многие элементы и понятия данных дисциплин используются применительно к знакам, календарям, журналам и пр.

Постмодернистское восприятие компьютера утверждает, что компьютер-инструмент, роль которого можно сравнить с ролью типографского станка при изобретении книгопечатания. То есть инструмент, активно перестраивающий весь профессиональный менталитет, порождающий новый язык графического дизайна, открывающий по существу новую культурную эпоху. Современные технологии диктуют свои условия к подготовке специалистов в области графического дизайна. Сегодня типографии используют компьютерный набор и цифровые технологии. Освоение компьютерных технологий и программ в рамках дисциплины «Компьютерные технологии» является необходимым условием успешного выполнения курсовых заданий и по проектированию в графическом дизайне.

Критерии оценки графических работ:

- формально-образное выражение в композиции содержательной сущности прорабатываемой темы, художественное отображение ее качественной специфики;
- соответствие вида композиционной организации характеру решаемой задачи;
- стилистическое единство (гармоничность) формообразования композиционных элементов;
- соблюдение количественной меры (минимум средств – максимум выразительности) в применении формально-композиционных и художественно-образных средств для решения конкретных задач;
- оригинальность композиционного решения и целостность его внутренней структуры;
- строгая методическая последовательность работы над заданием;
- полнота объема выполненной работы;
- коэффициент роста профессионального мастерства студента.

3.3. Рекомендации по работе с литературой

В помощь студенту в выполнении самостоятельных и курсовых работ рекомендуется ознакомиться со следующими книгами:

Королькова, А. Живая типографик. – М.: IndexMarket, 2007. В данной книге живым языком рассказывается о принципах построения мно-

гостраничных изданий, раскрываются специальные термины и требования к композиции в графическом произведении, а также технические требования к изданиям, печатным шрифтам. Книга снабжена большим количеством иллюстраций, схем и таблиц, содержащих необходимую дизайнеру информацию.

Розенсон, И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. Книга содержит полную информацию о дизайнерской деятельности, о принципах работы с любым объектом дизайна, методологии проектной работы дизайнера, снабжена интересными примерами, проиллюстрирована.

3.4. Рекомендации по работе с техническими средствами и программным обеспечением

Самостоятельная работа должна обязательно содержать значительный объем графического материала, который может быть распечатанным на принтерах с компьютерных файлов или подан в ручную в виде эскизов и набросков. Также в работе должны активно использоваться различные графические редакторы.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

4.1. Основная литература

Розенсон, И. А., Основы теории дизайна: учебник для студ. вузов / И.А. Розенсон. – СПб.: Питер, 2008. – 219 с.

Тулупов, В., Дизайн периодических изданий: учебник для студ. вузов. – СПб.: Михайлов, 2006.

4.2. Дополнительная литература

Королькова, А. Живая типографика. – М.: IndexMarket, 2007.

Розенсон, И.А. Основы теории дизайна: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006. – 290 с.

Кнабе, Г.А. Энциклопедия дизайнера печатной продукции / Г.А. Кнабе. – М.: Вильямс, 2006. – 736 с.

1000 способов шрифтового дизайна: шрифты, достижения совершенства: пер. с англ. / Wilson Harvey / Loewy; дизайн Р. Burgess, В. Wood. – М.: РИП-Холдинг, 2005.

Водчиц, С.С. Эстетика пропорций в дизайне. Система книжных пропорций: учебное пособие для студ. вузов обуч. по спец. 052400 «Дизайн».

Функциональные и художественные основы проектирования: учебное пособие для студ. вузов / В.Н. Ткачев. – М.: Архитектура-С, 2008. – 352 с.: ил.

Вильямс, Робин. Дизайн для недизайнеров / Р. Вильямс; пер. с англ. В. Овчинникова. – СПб.: Символ-Плюс, 2008. – 192 с.: ил. – (Библиотека дизайнера).

Милова, Наталья Петровна. Основы композиции: учебное пособие [для студ. вузов] / Н.П. Милова, О.Г. Обертас; Владивосток. гос. ун-т экономики и сервиса. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 92 с.: ил.

Основы графического дизайна на компьютере в Photoshop CS3: учебное пособие для студ. вузов / И.Б. о. Аббасов. – М.: ДМК Пресс, 2008. – 224 с.: ил. + CD-ROM.

Роббинс, Дженнифер Нидерст. Web-дизайн: справочник / Д.Н. Роббинс; пер. с англ. В. Казаченко, С. Лунин, А. Петров. – 3-е изд. – М.: КУДИЦ-ПРЕСС, 2008. – 816 с.

1000 сумок, бирок, этикеток: неповторимый дизайн для любой индустрии / Kiki Eldridge. – М.: РИП-холдинг, 2006. – 319 с.: ил. – Печ. по изд.: Rockport Publishers, Inc., 2006. – На англ. языке.

Ханлон, Джозеф. Упаковка и тара: проектирование, технологии, применение: пер. с англ. / Д. Ханлон, Р. Келси, Х. Форсинио. – СПб.: Профессия, 2004. – 632 с.: ил., табл.

Index Design орг. проекта Л. Гусев, С. Илышев, Д. Перышков и др.. – М.: Index Design, 2003. – 345, [14] с.: ил

Креатив. Рекламные идеи 2001: периодическое изд.. вып. 1 / гл. ред. О. Генин. – М.: Табурет, 2001. – 202, [14] с.: ил.

Курушин, Владимир Дмитриевич. Графический дизайн и реклама: самоучитель / В.Д. Курушин. – М.: ДМК Пресс, 2001. – 270 с.: ил.

Создание Web-сайтов без посторонней помощи / под ред. В.Н. Печникова. – М.: Триумф, 2007. – 464 с.: ил. – (Технический бестселлер). + CD-ROM.

5. СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ

Аддитивный синтез цвета – воспроизведение цвета в результате оптического смешения в пространстве излучений базовых цветов (красного, зеленого и синего – R, G, B). Используется при создании цветных изображений на экране электронных устройств (телевидение, мониторы компьютеров издательских систем), возникает на отдельных участках оттиска (в светах изображения, где наложения друг на друга разноцветных растровых элементов вследствие их малых размеров менее вероятны) при автотипном синтезе цвета.

Апрош – пробел между словами в тексте издания. Иногда термин используют для обозначения пробелов между буквами. В старых изданиях встречается термин «аппрош».

Англо-американская типометрическая система – система измерения в полиграфии, отличающаяся по величине единиц измерений от типометрической системы Дидо (см. *Типографская система мер, типометрия*). Отличия видны из сопоставления основных единиц обеих систем измерения, принятых в полиграфии.

Название	Величина в пунктах	Система Дидо, мм	Англо-американская система шрифта мм
Нонпарель	6	2,25	2,11
Петит	8	3,00	2,82
Корпус	10	3,76	3,52
Цицero	12	4,50	4,22
Квадрат	48	18,043	16,944

Ахроматический цвет – цвет, воспринимаемый как серый (от белого до черного) с отсутствием цветовых оттенков.

Баланс «по серому» – нормированное соотношение размеров растровых элементов на трех цветоделенных растровых фотоформах (для голубой, пурпурной и желтой красок). Позволяет получить на оттиске

нейтрально-серый тон при печати триадными красками при нормализованном процессе печати (соблюдении норм подачи красок, баланса «вода-краска», давления и других условий).

Бинарный цвет (бинар) – цвет, получаемый на оттиске в процессе печати триадными красками при наложении в процессе печати двух первичных триадных печатных красок. К бинарным цветам в триадной печати относят зеленый, красный и синий. Например, все оттенки зеленого цвета можно получить на оттиске при наложении в процессе печати голубой и желтой красок в разных соотношениях.

Брошюра – книжное издание объемом от 6 до 48 страниц в мягкой обложке в виде нескольких сброшюрованных и скрепленных листов печатного материала.

Вёрстка – 1) процесс формирования полосы издания; 2) оттиск, направляемый на корректуру.

Выворотка (выворотная печать, выворот) – печать фона черной или цветными красками, при которой незапечатанным остается только текст. Используется как прием оформления рекламных буклетов, журнальных полос и пр.

Высечка – вырубка при помощи острозаточенного штампа этикеточных или других изделий любой конфигурации, как правило, занимающих всю площадь листа. Проводится на небольшой пачке листов. Часто высечку производят с использованием отдельных приверток в виде полос или квадратов, на которые предварительно разрезается стопа оттисков.

Гарнитура шрифта – комплект шрифтов различных начертаний, насыщенности, кегля и плотности, объединенных общностью рисунка очка. Гарнитуры шрифтов имеют определенные названия.

Градация серого – различные ступени серого: от белого до насыщенного черного цвета.

Градация цветового тона – различные ступени одного цветового тона: от белого или черного до максимально насыщенного.

Группы шрифтов – множество шрифтов, существующих отдельно и объединенных общим признаком.

Засечка (сериф) – поперечный элемент на конце основного штриха буквы (знака). Засечка может иметь форму треугольника, трапеции или линии различной толщины.

Иллюстрация – дополнительное наглядное изображение (репродукция, рисунок, фотография, схема, чертеж и пр.). Иллюстрация поясняет, украшает или дополняет основную текстовую информацию издания.

Интерлиньяж (междустрочный пробел) – пробел между нижней и верхней линиями смежных строк, который при металлическом наборе изменяется путем вставки пробельных материалов различных толщин, а при компьютерном наборе – путем использования специальных подпрограмм или команд.

Квадрат – единица типографской системы мер, равная 4 цигеро или 48 пунктам. Один квадрат равен 18,048 мм (в типографской системе Дидо).

Кегль (кегель) – параметр, обозначающий размер шрифта, то есть расстояние между верхней и нижней гранями литеры. Включает высоту очка и заплечики; измеряется в типографских пунктах.

Книга – один из видов полиграфической продукции, непериодическое издание в виде сброшюрованных бумажных листов или тетрадей с отпечатанной на них текстовой, графической, иллюстрационной информацией объемом более 48 страниц, как правило, в твердом переплете.

Книжный блок – комплект скрепленных по корешку тетрадей или отдельных листов, содержащий все страницы и комплектующие детали будущего издания, кроме переплетной крышки или обложки.

Корпус – название шрифта кеглем 10 пунктов.

Ксерография – частный случай электрофотографии, реализованный фирмой Херох. В ксерографии порошковое изображение, полученное на светочувствительном материале, переносится на бумагу и закрепляется на ней при нагревании, под давлением и пр.

Курсивное начертание (курсив) – начертание шрифта с наклоном основных штрихов справа налево, имеющее некоторое сходство с рукописным шрифтом.

Лакирование – облагораживание поверхности оттиска или бумаги нанесением слоя лака.

Ламинирование – облагораживание бумаги нанесением на ее поверхность полимера методом расплава для придания материалу газо-

паро-, водонепроницаемости и других специальных свойств. Ламинирование является частным случаем припрессовки пленки.

Модель RGB – представление цвета в координатах пространства аддитивного смешения излучений, которое описывает цвет сложением трех базовых цветов: красного (Red), зеленого (Green) и синего (Blue). Эта модель представляется в виде трехмерной системы координат. Каждая координата отражает вклад каждой составляющей в результирующий цвет в диапазоне от нуля до максимального значения. В результате получается куб, внутри которого и «находятся» все цвета, образуя цветовое пространство RGB. Три вершины куба дают чистые исходные цветовые излучения, остальные три отражают двойные смешения исходных излучений. Именно в этой модели кодирует изображение сканер и отображает рисунок экран монитора. На базе этой модели работает телевидение.

Модель CMYK – модель, которая описывает цвет в координатах пространства субтрактивного синтеза красок путем смешения триадных полиграфических красок: С – Cyan (голубой); М – Magenta (пурпурной); Y – Yellow (желтой), а также черной – К – Key color (по одной версии) или black – К (по другой версии). Таким образом, модели RGB и CMYK связаны друг с другом, однако их взаимные переходы (конвертирование) происходят с определенными потерями.

Начертание шрифта – графический рисунок шрифта, входящего в состав одной гарнитуры. Классифицируются: по ширине очка (нормальное, узкое, широкое), по наклону очка (прямое, курсивное), по насыщенности очка (светлое, полужирное, жирное).

Памятные цвета – цвета хорошо знакомых предметов, которые часто встречаются в повседневной жизни. Памятные цвета являются неотъемлемым атрибутом тех или иных предметов, например, желтый лимон, зеленая трава, оранжевый апельсин, красный помидор и пр. К памятным цветам относят и телесный цвет (один из самых сложных цветов для воспроизведения полиграфическими средствами. К памятным цветам относят черные, серые и белые цвета.

Полиграфия (полиграфическая промышленность) – отрасль техники, совокупность технических средств и технологических приемов, используемых для получения большого количества одинаковых копий (репродукций) оригинала, прошедшего редакционную подготовку.

Полоса – запечатанная площадь страницы любого издания, на которой размещается набор текста (иллюстрации). Различают концевые, рядовые, начальные, иллюстрационные, табличные полосы.

Пробельный элемент – 1) участок печатной формы, не воспринимающий печатную краску и не передающий ее на запечатываемый материал. 2) участок изображения на оттиске, не несущий краски.

Пункт – 1) основная единица типографской системы мер, принятая до введения метрической системы в России (системы Дидо, по имени ее составителя). Один пункт равен 0,3759 мм. Типографский пункт равен в метрической системе $1/72$ французского дюйма, то есть 0,3759 мм, округленно 0,376 мм. В Англии, США и некоторых других странах один типографский пункт равен $1/72$ английского дюйма, то есть $1/72$ от 25,4 мм, то есть 0,3527 мм.

Разворот – две соседние страницы раскрытого издания, четная и нечетная, левая и правая.

Растрирование – преобразование полутоновых и штриховых изображений в микроштриховые с помощью растра.

Репродукция – оттиск, выполненный полиграфическими средствами и воспроизводящий изобразительный издательский оригинал.

Ризография – фирменное название способа трафаретной печати с использованием печатной формы, изготовленной прожиганием лазером микроотверстий в формном материале для образования печатающих элементов.

Светлота – субъективный признак, характеризующий ощущения объективной величины яркости отражения или излучения. Ахроматические цвета, то есть серые, белые и черные, характеризуются только светлотой. Начало и конец ахроматического ряда – это белое и черное.

Спуск полос – размещение полос издания на монтаже и печатной форме, обеспечивающее после фальцовки оттисков требуемое расположение страниц в тетрадях и в издании.

Субтрактивный синтез цвета – получение цвета в результате вычитания отдельных спектральных составляющих из белого. Такой синтез наблюдается при освещении белым светом цветного оттиска: часть его поглощается (вычитается) красочным слоем, а оставшая часть отражается и попадает в глаз наблюдателя в виде окрашенного потока.

Этот синтез используется, например, при смешивании красок вне машины с целью получения краски НУЖНОГО цвета или оттенка и при наложении слоев разных красок на оттиске (на участках цветного изображения, где растровые элементы разных красок перекрываются).

Тетрадь – сложенный (сфальцованный) в один или несколько раз запечатанный или чистый лист бумаги.

Типографская система мер (типометрия) – система измерения линейных размеров в полиграфии, разработанная в 1880 г. парижским типографом Дидо, в основе которой типографский пункт (0,3759 мм), являющийся 1/72 долей французского дюйма (27,06 мм)

Тираж – суммарное количество экземпляров печатного полиграфического издания одного названия.

Титульный лист (титул) – первая выходная страница издания, на которой помещены основные сведения о нем. Титульный лист помещается на правой, нечетной половине первого разворота. Разворотный титульный лист применяется в многотомных изданиях (на левой стороне – контртитул, относящийся ко всему изданию, на правой – титул данного тома).

Требования к шрифтам – предъявляемые к тексту издания требования. Производственно-технично-технологические требования к шрифтам характеризуются двумя показателями: 1) возможной точностью воспроизведения графики шрифта в разных способах печати и 2) прочностью элементов шрифта на печатной форме при получении оттисков в печатной машине. Под гигиеническими требованиями к шрифту понимается его удобочитаемость.

Треппинг – перекрывание контуров при выворотке, нахлест контуров (перекрывание элементов изображения по контуру – сочетание масштабов) Программу в издательских системах, применяемую для проведения процедуры перекрывания контуров при обработке изображений и их подготовке к изданию, называют программой треппинга.

Триада печатных красок – комплект печатных красок – пурпурная, желтая, голубая), предназначенный для триадной печати цветных изображений. В триаду печатных красок дополнительно к цветным краскам вводится и черная краска.

Фальц – место сгиба листа. Фальцы создаются в процессе фальцовки.

Физиологическая точность воспроизведения цвета (колориметрическая точность воспроизведения цвета) – точность, когда цвета на оригинале и оттиске, созданные красителями с разными спектральными характеристиками, визуально воспринимаются одинаково.

Цветная репродукция – репродукция, при печати которой использована хотя бы одна цветная краска.

Цветовой охват (гамут, gamut) – множество цветовых тонов и оттенков, получаемых при использовании нескольких излучений или красок для синтеза цвета.

Цветовой тон – основная цветовая характеристика печатной краски, субъективный признак цвета, который познается через ощущения и определяется словами: синий, зеленый, красный, желтый и т.д. Многие наименования цветов произошли от объектов с характерным памятным цветом, например, «малиновый», «вишневый», «сиреневый», «розовый» и т.д.

Цифровая печать – технология получения оттисков в печатной машине с использованием переменной печатной формы, изменениями в которой при каждом цикле управляет компьютер издательской системы.

Шмуцтитул (добавочный титул) – элемент издания, представляющий собой отдельный лист или первую страницу части, главы. Содержит краткое ее название, эпиграф, иллюстрации, книжные украшения. Шмуцтитул может сочетать шрифт, орнамент, изображения.

Шрифт – 1) графическая форма знаков определенной системы письма; 2) комплект литер, воспроизводящий какой-либо алфавит, а также цифры и знаки. Шрифты различаются по характеру рисунка (гарнитуре), наклону (прямой, курсивный), насыщенности (светлый, полужирный, жирный), размеру (кеглю) и т.д.

Элементы книги – основные элементы, из которых состоит книга, и которые присутствуют в издании в твердом переплете (книжный блок, переплетная крышка, поля полосы, форзацы и титул и пр.). К дополнительным элементам книги относят суперобложку, ленточку-закладку (ляссе), авантитул, шмуцтитул, футляр, вклады, вклейки.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	1
1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	7
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	17
4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	21
5. СЛОВАРЬ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ.....	23

Учебно-методическое издание

Составители:

Вахрушева Людмила Львовна
Вознесенская Татьяна Владимировна

ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Учебная программа дисциплины
по специальности
070601.65 «Дизайн»
(Графический дизайн)

В авторской редакции
Компьютерная верстка Н.А. Игнатьевой

Лицензия на издательскую деятельность ИД № 03816 от 22.01.2001

Подписано в печать 25.01.2010. Формат 60×84/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 2,0.
Уч.-изд. л. 1,9. Тираж 50 экз. Заказ

Издательство Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса
690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41
Отпечатано: множительный участок ВГУЭС
690600, Владивосток, ул. Державина, 57