

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

В.В. ЦОЙ, О.Б. ЧЕПУРОВА

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ
ГРАФИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ В
СРЕДОВОМ ПРОСТРАНСТВЕ.
ГРАФИКА В ЭКСТЕРЬЕРЕ –
ВЫВЕСКА**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ № 13
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом
государственного образовательного учреждения
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Оренбург 2008

УДК 747.54:76(07)
ББК 85.15+30.2я73
Ц76

Рецензент
кандидат искусствоведения С.Г. Шлеюк

Цой В.В.

Ц 76 Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в экстерьере - вывеска.: методические указания к курсовому проекту №13 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» / В.В. Цой, О.Б. Чепурова. – Оренбург: ГОУ ОГУ, 2008. – 16 с.

Методические указания содержат изложение темы курсового проекта, подкреплённое теоретическим материалом; описание рекомендуемых графических заданий и иллюстративный материал.

Методические указания предназначены для выполнения курсового проекта № 13 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» для студентов специальности 070601 – Дизайн специализации Графический дизайн.

ББК 85.15+30.2я73

© Цой В.В.,
Чепурова О.Б., 2008
© ГОУ ОГУ, 2008

Содержание

Введение	4
1 Методическая цель	5
2 Методические задачи	5
3 Содержание курсового проекта	5
3.1 Объем курсового проекта	5
3.2 Состав проекта	5
4 Перечень возможных объектов проектирования	5
5 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта	6
5.1 Проектное задание	6
5.2 Научно - исследовательский раздел	6
5.3 Концептуальное решение проекта	7
5.4 Эскизное решение	7
5.5 Проектное решение графического оформления фасада (вывеска, режим работы, ночное освещение)	8
5.6 Проектное решение средств наружной рекламы	8
5.7 Оформление курсового проекта	9
Список использованных источников	11
Приложение А	12

Введение

«Проектирование в графическом дизайне» - ведущая дисциплина специализации «Графический дизайн», определяющая формирование студента как специалиста. Задачей дисциплины является обучение студентов системе проектирования, умению формировать блок вопросов и рационально и творчески отвечать на них.

Курсовой проект № 13 «Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в экстерьере - вывеска» выполняют студенты 4-го курса в VII семестре. Приступая к работе над курсовым проектом, студенты уже имеют определенный навык работы по созданию элементов фирменного стиля, по созданию графических работ больших и малых форматов. На дисциплине «Пропедевтика» (основы композиции) они получили знания в области создания графических, рельефных и объемных композиций на тему «Музыка», «Ритмы» и т.д.

В работе над данным курсовым проектом необходим комплексный подход к решению поставленной задачи. Перед студентами встает задача разработки графического комплекса оформления фасада здания, которая, с одной стороны, отличалась бы новизной своей формы и современной графической подачей, повышающей конкурентоспособность рекламируемого проекта, но, с другой стороны, сохраняла архитектурный облик фасада здания. Разумеется, графический комплекс должен гармонично вписываться в окружающую архитектурную среду.

Работая над созданием графического комплекса, необходимо учитывать, какое воздействие производит на потребителя та или иная форма, цвет, слово, как они влияют на восприятие человека. Необходимо исследовать две составляющие процесса дизайна: творческую и технологическую. Только органично сочетая их, можно создать гармоничное произведение.

1 Методическая цель

Основная цель курсового проектирования - развитие навыков самостоятельной работы студента. Умение планировать свое время, находить источники необходимой для работы информации, применять различные формы ее сбора, хранения и использования. Освоение методов проектирования и принципов формообразования графических образов.

2 Методические задачи

Развитие методики разработки взаимосвязанных между собой элементов графического комплекса, оформление графического комплекса в соответствии с фирменным стилем и направлением в дизайне.

Главным является достижение визуальной выразительности и образной содержательности элементов посредством графических преобразований.

3 Содержание курсового проекта

Объем курсового проекта

Объем курсового проекта определяется количеством часов, отводимым учебным планом на курсовое проектирование.

Содержание проекта позволяет в пределах курса осуществить комплексный подход в решении конструктивных и графических задач конкретного объекта, выполненной на 2 планшетах 50x70 см.

Курсовой проект содержит следующие разделы:

- анализ и систематизация аналогового материала;
- концептуальное решение;
- эскизное предложение;
- подача материала в масштабе 1:10, 1:25.

Курсовой проект состоит из задания, пояснительной записки, поисковой части.

Состав проекта:

- вывеска;
- витрины;
- режим работы;
- штендер или отдельно стоящая конструкция;
- перетяжка;
- другие не стандартные элементы, которые может придумать сам студент.

4 Перечень возможных объектов проектирования

В перечень объектов проектирования входят реальные объекты, находящиеся в черте города Оренбурга: магазины, кафе, клубы, рестораны, производственные предприятия, предприятия службы быта, выставочные залы и т.д.

5 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта

Проектное задание

Последовательное и своевременное выполнение этапов проектирования ведет к успешному достижению цели и решению задач проекта.

Этапы выполнения курсового проекта:

- вводная лекция и выдача задания;
- выполнение вспомогательного графического задания;
- эскизирование на заданную тему;
- окончательное (чистовое) выполнение графической подачи, макетов и пояснительной записки.

Приступая к курсовому проектированию студенты самостоятельно определяют перечень объектов проектирования из блоков:

- *Графическое оформление фасада* (вывеска, режим работы, ночное освещение).
- *Средства наружной рекламы.*
- *Художественное оформление витрин.*

В процессе проектирования большое внимание уделяется образному решению визуально-коммуникативных изображений и поиску оптимального соотношения их образного решения с конструктивным, информационным и функциональными особенностями комплекта.

Научно - исследовательский раздел

На этой стадии работы проводят анализ существующего уровня разработок отечественных и зарубежных дизайнеров в данной области.

Наружная реклама рассматривается как инструмент укрепления престижа компании, как важный коммерческий фактор.

В научно-исследовательском разделе могут быть представлены аналитические материалы по существующим методикам разработки элементов наружной рекламы известных дизайнеров. (По материалам из периодических изданий, специальной литературы, Интернету).

Анализ элементов наружной рекламы молодых компаний, известных брендов, современных тенденций в моде графического дизайна и новых технологий в наружной рекламе.

Источниками сведений служат публикации в журналах, книгах, каталогах фирм выставок, Интернете.

Концептуальное решение проекта

5.3.1 Создание единого графического образа. Оформление фасада здания необходимо строить исходя из существующего названия фирмы, ее логотипа, и утвержденной цветовой гаммы. При необходимости провести корректировку фирменного начертания вывески, с учетом сложившейся архитектурной среды, окружающей объект. Наружная реклама должна рассматриваться как инструмент укрепления престижа компании, и важный коммерческий фактор.

Любое изображение, отвечающее деятельности и специфике предприятия. Стильный графический образ, максимально и универсально абстрагированный, адаптированный к среде необходимый для распознавания товаров и услуг компании, а также для их рекламы. Графический образ должен максимально органично вписываться в окружающую среду.

5.3.2 Решение единой цветовой гаммы. Цвет является мощным средством идентификации и потому может использоваться в качестве существенного компонента (стилеобразующей константы) как в построении вывески и витрин в комплексе, так и в создании системы визуальной навигации.

Разрабатывая фирменные цвета, необходимо учитывать технологические возможности изготовления объектов проектирования.

5.3.3 Выбор фирменного шрифта. Для оформления может быть выбран определенный шрифт, который будет соответствовать общему стилю предприятия. Выбранный шрифт для всех элементов графического комплекса, должен отвечать требованиям эргономики. Шрифт должен легко просматриваться и читаться с большого расстояния.

5.3.4 Формат графических элементов должен соответствовать ансамблю архитектурной среды.

5.3.5 Слоган - короткая, фраза запоминающееся выражение, излагающее тему или идею девиз фирмы или товара. Это словесный рекламный символ фирмы. В отличие от изобразительного рекламного символа фирмы, слоган представляет собой и визуальный и образ, что придает ему исключительную значимость как элемента имиджа или рекламного средства. Слоган может присутствовать на витринах, перетяжках, штендере - выбирается по усмотрению автора.

Эскизное решение

Эскизы выполняются вручную различными техниками (акварель, гуашь, темпера, смешанная техника, коллаж) и различными инструментами, в том числе при помощи компьютерных графических программ и графического планшета.

На каждый объект проектирования выполняется 3-5 эскизных вариантов.

Лучшие эскизы подаются на защите курсового проекта в оформленном виде на планшете 50x70 см.

Проектное решение графического оформления фасада (вывеска, режим работы, ночное освещение)

Фирменная вывеска предназначена для идентификации фирмы, ее товаров и услуг позволяет выделить одних производителей от других.

Цель вывески заключается в том, что она должна отражать специфику деятельности данного предприятия, что достигается сочетанием шрифта, цвета, формой и конструкцией вывески.

Вывеска - это уникальный графический элемент, который является визитной карточкой на фасаде данного предприятия.

В процессе проектирования необходимо учесть следующие факторы:

- 1) вывеска должна хорошо читаться как днем, так и ночью;
- 2) шрифтовое решение вывески должно соответствовать эргономическим требованиям (читаемость шрифта);
- 3) вывеска должна гармонично вписываться в общую концепцию всего сооружения и прилегающих к нему зданий;
- 4) Вывеска должна иметь оригинальную форму и конструкцию.

(приложение А, рисунок А.1 – А.3)

Конструктивное решение вывески возможно двух вариантов: с верхним креплением и вывеска консоль.

Основная часть композиционного решения полное название объекта, - возможно решение, когда композиционным центром является логотип, тогда в композицию необходимо включение дополнительной информации об объекте. Допустимо помещение времени работы магазина.

Вывеска выполняется в цветном варианте.

При проектировании вывески режим работы необходимо учитывать эргономические требования (удобочитаемость). Размещение вывески режима работы должно производиться на уровне глаз человека, а ее размер должен грамотно вписываться в общее архитектурное решение здания.

Проектное решение средств наружной рекламы

В средствах наружной рекламы могут использоваться следующие объекты:

Перетяжка - средство наружной рекламы, располагающееся над проезжей частью, или над пешеходной зоной и закрепленная между двумя вертикальными опорами. Перетяжка имеет ограниченный формат, обусловленный функциональными особенностями. Размеры перетяжек могут быть 6х1м; 9х1м; 12х1м. При проектировании перетяжки необходимо учитывать следующие требования:

- перетяжка должна легко читаться (потребителями, проезжающими на транспорте со скоростью 80 км/ч);
- количество графических элементов должно быть ограничено только необходимой для ориентировки информацией (название, телефон, адрес предприятия).

Штендер или объемная, отдельно стоящая рекламная конструкция – указатель. (*приложение А, рисунок А.4*)

Штендер – это отдельно стоящая раскладная двухсторонняя рекламная конструкция, размещающаяся рядом с входом.

Указатель – это объемная, оригинальная рекламная конструкция. Конструктивное решение и изобразительная часть указателя должны быть решены в стилистическом единстве.

Конструкция указателя его габариты, варианты расположения (крепления на стене, на подвеске, на земле и т.д.) определяется в зависимости от индивидуального выбора.

На указателе размещается текст:

- название объекта;
- назначение;
- адрес.

Указатель выполняется в цветном варианте. В эскизном решении может не предусматриваться материал, из которого выполняется указатель, а только разрабатываться художественная концепция. Возможно выполнение объекта в условном масштабе. (*приложение А, рисунок А.5 – А.10*)

Флаги – популярное, легкое в монтаже средство наружной рекламы, носитель логотипа или фирменного знака.

При проектировании флага так же следует учесть ряд факторов:

- 1) технологические ограничения в использовании цветов и градиентов;
- 2) крепление и формат флага;
- 3) ограниченное использование текста.

(*приложение А, рисунок А.6*)

Оформление курсового проекта

Графическая часть (4 планшета 50х70 см), содержащая:

- графическое решение комплекта пакетов и упаковки (каждый объект подается на отдельном планшете);
- изометрии, развертки;
- основные бумажные замки и элементы крепления (кнопки, липучка, люверсы и т.д.);

- товарный знак предприятия изготовителя;
- особенности эксплуатации;
- название проекта, вспомогательные надписи, подпись проекта;
- рекламная подача комплекта пакетов и упаковки;
- пропорционально-модульная гармонизация проекта.

Макетная часть: макеты бумажных пакетов и упаковки (М 1:1).

Пояснительная записка (объем 20 страниц).

Пояснительная записка к проекту:

«Комплект бумажных сумок и упаковки для товаров фирменного магазина или отдела _____».
(название)

Пояснительная записка является обязательным теоретическим разделом в курсовом проекте и состоит из введения, анализа аналогов, обоснование концепции, описание проектного решения и выводов.

Структура пояснительной записки:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- анализ аналогов;
- смысловая и графическая концепция комплекта;
- система композиционных средств и пропорционально-модульная организация (сетка);
- эргономический анализ элементов серии;
- выводы.

В разделе «Введение» пояснительной записки излагаются: выбор, задачи и место объекта проектирования. Объем раздела пояснительной записки 3 стр.

В завершающем разделе пояснительной записки - «Выводы», необходимо выделить как наиболее сильные стороны разработки графического комплекса, так и менее удачные, по мнению автора.

Критически оценить проделанную работу.

Объем пояснительной записки: не менее 20 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman; поля: правое 30 мм, левое 10 мм, верхнее 15 мм, нижнее 20 мм; одинарный пробел) и иллюстративное приложение (аналоги, эскизы, итоговое решение).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Хериот Люк. Дизайн Библия упаковки / Люк Хериот. – М.: РИП-холдинг/Rotovision, 2007. – 304 с.: ил.
2. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк; пер. с англ. И.В. Павловой. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 255 (1) с.: ил.
3. Hunt Wayne. Urban Entertainment Graphics: Theme Parks and Entertainment Environments / Wayne Hunt-New York: Hearst Books International, 1997. - 224h.: ill.
4. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Тэмплу; пер. с англ. К.Крутских. – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 256 с.: ил.
5. Graphic Simplicity. - P.I.E. Books, 2008. – 300 с.: ил.: 148.
6. In-Store Display Graphics. - P.I.E. Books, 2008. – 400 с.: ил.: 216.
7. Дизайн Упаковки. Форма и Оформление. - М.: РИП-холдинг/Rotovision, 2007. – 304 с.: ил. 300.

Приложение А

(справочное)

Визуальные коммуникации в экстерьерном пространстве

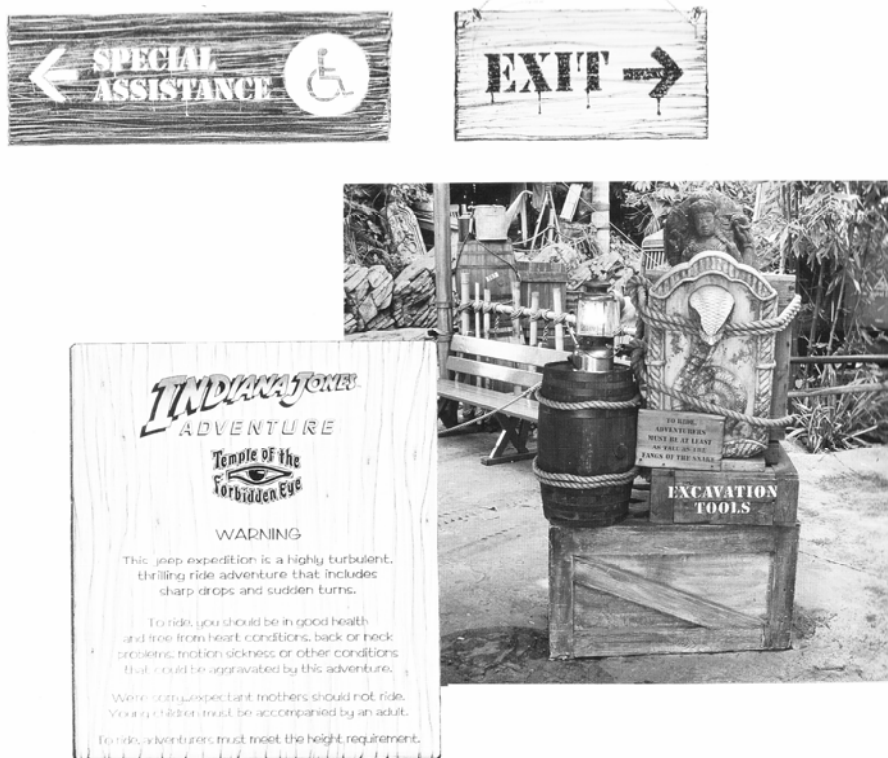


Рисунок А.1

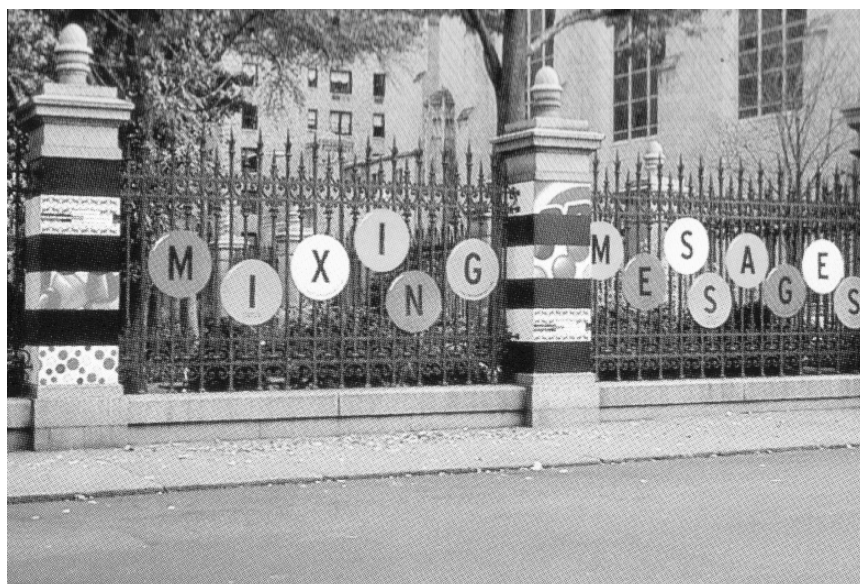


Рисунок А.2



Рисунок А.3

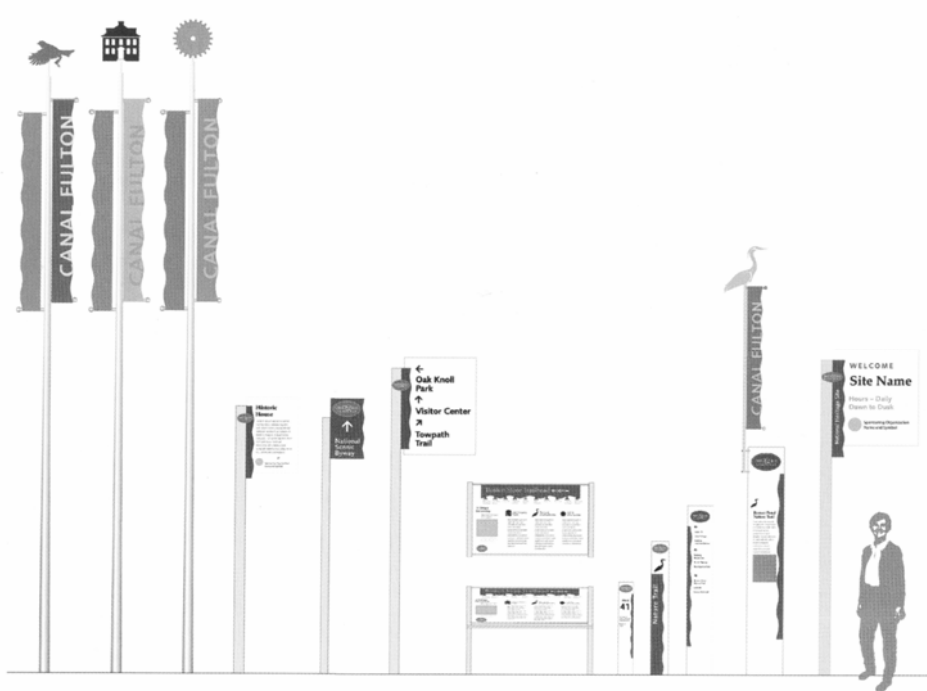


Рисунок А.4



Рисунок А.5



Рисунок А.6



Рисунок А.7



Рисунок А.8



Рисунок А.9

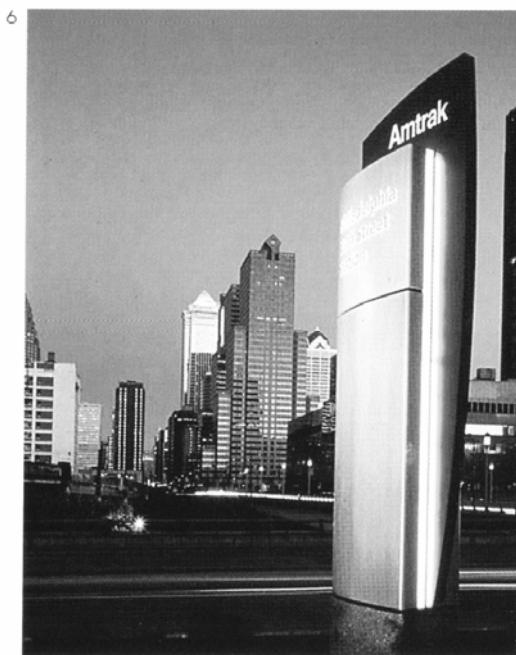


Рисунок А.10