

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 ИНТЕРЬЕРЕ –
ВИЗУАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ,
ПИКТОГРАММЫ**

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ № 14
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»

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

Оренбург 2008

УДК 747:76(07)
ББК 85.15+30.18я73
Ц76

Рецензент
кандидат искусствоведения С.Г. Шлеюк

Цой В.В.

Ц76 Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы: методические указания к курсовому проекту № 14 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» / В.В. Цой, О.Б. Чепурова. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2008. – 19 с.

Методические указания содержат изложение темы курсового проекта, подкреплённое теоретическим материалом; описанием рекомендуемых графических заданий и иллюстративным материалом.

Методические указания предназначены для выполнения курсового проекта № 14 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» для студентов специальности 070601 – Дизайн специализации Графический дизайн.

ББК 85.15+30.18я73

© 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	6
5 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта	6
5.1 Проектное задание	6
5.2 Научно - исследовательский раздел	7
5.3 Концептуальное решение проекта	7
5.4 Эскизное решение	8
5.5 Система визуальных коммуникаций (серия пиктограмм, таблички, бэджи и визитки)	8
5.6 Рекламно-информационные носители (ростовые фигуры, мобайлы, муляжи, напольная печать и т.д.)	10
5.7 Проектное решение художественного оформления интерьера	11
5.8 Оформление курсового проекта	12
Список использованных источников	13
Приложение А	14
Приложение Б	16
Приложение В	18

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 № 14 «Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы» выполняют студенты 4-го курса в VII семестре. Проекту предшествовало задание по проектированию графического комплекса для фасада здания, включающие работу над оформлением витрин. Приступая к работе над курсовым проектом студенты уже имеют определенный навык работы над элементами фирменного стиля.

В работе над данным курсовым проектом необходим комплексный подход к решению поставленной задачи. Система визуальных коммуникаций должна разрабатываться наряду с созданием общего проекта помещения с учетом его функционального назначения, интерьерного оформления. Разумеется, она должна быть комплексной и строиться в едином стиле. Основное назначение системы визуальной коммуникации ориентация, навигация в здании.

Работая над созданием системы визуальной коммуникации, необходимо учитывать, какое воздействие производит на потребителя та или иная форма, цвет, слово, как они влияют на восприятие человека.

Система визуальной коммуникации - это всегда заявление о сфере в социуме, это постоянно работающая реклама. Задача дизайнера не только выполнить с высоким художественным вкусом и качеством заказ; но и предусмотреть практическую ценность выполненной работы для заказчика, создать положительный, привлекательный образ.

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 объектов в средовом пространстве.

2 Методические задачи

Развитие методики разработки элементов комплекса, взаимосвязанных объектов внутреннего оформления в соответствии с фирменным стилем, деятельностью предприятия и функциональными особенностями внутреннего пространства.

Достижение коммуникативности, визуальной выразительности и образной содержательности элементов проекта 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 1:2, и в натуральную величину.

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

Состав проекта:

- серия пиктограмм, информационных табличек (не менее четырех);
- бэдж, фирменная визитка;
- изометрия;
- развертка стен и план помещения в масштабе 1:20, 1:25, 1:50;
- POS материалы на выбор;
- пояснительная записка.

- Декоративные элементы для оформления интерьера (напольная печать) и другие не стандартные элементы, которые может придумать сам студент.

4 Перечень возможных объектов проектирования

Студенты самостоятельно выбирают существующее исходное предприятие и обосновывают необходимость изменения внутреннего оформления его рекламно-графических объектов.

В перечень объектов проектирования входят объекты, находящиеся в черте города Оренбурга: магазины, кафе, рестораны, производственные предприятия, предприятия службы быта, клубы, выставочные залы и т.д. Предпочтительнее, чтобы студент продолжил работу над объектом, выбранным для предыдущего курсового проекта - Проектирование графических комплексов в средовом пространстве. Графика в экстерьере – вывеска.

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 проектированию курсового проекта, студенты самостоятельно определяют перечень объектов проектирования из блоков:

- система визуальных коммуникаций (серия пиктограмм, плакаты, бэджи, визитки, ценники);
- рекламно-информационные носители (ростовые фигуры, стенд «Информация», мобайлы напольная печать и т.д.);
- проектное решение художественного оформления интерьера.

В процессе проектирования большое внимание уделяется образному решению визуально-коммуникативных изображений и поиску оптимального соотношения их образного решения с конструктивно-планировочными особенностями помещения и функциональными особенностями размещения информационных носителей.

Научно - исследовательский раздел

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

Оформление интерьера рассматривается как инструмент укрепления престижа компании, как важный коммерческий фактор.

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

Анализ элементов применяемых в создании эксклюзивного интерьера молодых компаний, известных брендов, современных тенденций в моде графического дизайна и новых технологий.

Важным фактором в анализе применяемых элементов является их эргономичность: Необходимая информация должна выделяться в среде. Идентификационные ориентиры, сливающиеся с архитектурой здания, могут выглядеть привлекательно с точки зрения дизайна, но быть абсолютно неэффективными в плане донесения информации до потребителя.

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

Концептуальное решение проекта

5.3.1 Создание единого графического образа (серия пиктограмм, вывески, плакаты и т.д.). 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 среду интерьера, и внутреннего оформления предприятия.

5.3.2 Цветовая гамма. Цвет является мощным средством идентификации и потому может использоваться в качестве существенного компонента (стилеобразующей константы) в построении единой концепции помещения, и в создании системы визуальной навигации.

Разрабатывая фирменные цвета, необходимо учитывать технологические возможности изготовления объектов проектирования, особенности изготовления пиктограмм, указателей, плакатов информирующих о скидках и т.д.

5.3.3 Выбор фирменного шрифта. Для оформления может быть выбран определенный шрифт, который будет соответствовать общему стилю предприятия.

5.3.4 Формат графических элементов навигации должен соответствовать общему ансамблю среды, и оформлению фасада здания. Общее графическое решение всех элементов должна объединять разработанная автором модульная сетка. Сложность модульного решения сетки зависит от авторского замысла.

Эскизное решение

Эскизы выполняются как вручную в различных техниках (акварель, гуашь, темпера, смешанная техника, коллаж) и различными инструментами, в том числе и на компьютере.

На каждый объект проектирования выполняется 3-5 эскизных вариантов.

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

Система визуальных коммуникаций (серия пиктограмм, таблички, беджи и визитки)

Информирующая система строится, как правило, на основе двух составляющих: системы визуальных коммуникаций и системы рекламно-информационных носителей. Визуальные коммуникации (перевод с английского «видимое сообщение») включают в себя различные виды информационных табличек, указателей, знаков безопасности, пиктограмм, помогающих сориентироваться в здании. Стилеобразующим началом служит единый фирменный стиль, функциональное назначение или конструктивное исполнение. Эти элементы могут существовать как отдельно друг от друга, так и вместе.

Система визуальных коммуникаций должна разрабатываться наряду с созданием общего проекта помещения с учетом его функционального назначения, интерьерного оформления. Разумеется, она должна быть комплексной и строиться в едином стиле. Основное назначение системы визуальной коммуникации ориентация или, правильней сказать, навигация в здании. Для указания направления движения используются подвесные (потолочные) и настенные конструкции. На них размещаются знаки основного направления, указатели этажей, основных департаментов. Изобразительный ряд ограничен стрелкой и короткой надписью. Эти изделия располагаются в коридорах, на лестницах, при выходе из лифтов. В местах пересечения людских потоков информация обычно дублируется, и посетитель ориентируется наиболее легким и простым путем, благодаря, например, различным цветам знаков. Для дальнейшей детализации используют настенные или напольные указатели в виде щитов и стендов. Здесь уже приводится более подробная информация о службах на этажах с указанием их наименований, номеров кабинетов и дополнительных сведений, например, часы приема.

Система пиктограмм - стилизованное и легко узнаваемое графическое изображение, упрощенное с целью облегчения визуального восприятия.

В данном курсовом проекте предлагается разработать систему пиктограмм для выбранного объекта. Количество пиктограмм должно быть не менее четырех. В серию пиктограмм могут входить основные услуги или зоны объекта, например – касса, администрация, гардероб, туалет, места для курения, телефон и т.д. Отдельно располагаются знаки безопасности, обозначающие расположение аварийных выходов, наличие огнетушителей. Условием является соблюдение корпоративного стиля в оформлении серии пиктограмм, и их эргономичное расположение.

Информационные таблички завершают навигацию, могут быть придверные или настенные таблички, или таблички - указатели. Расположение и конструкция указателей очень важная составляющая, которая не может быть пропущена. Указатели должны быть адаптированы под привычку визуального чтения человека надписей и знаков, удобно и грамотно расположены в помещении. При построении систем визуальной коммуникаций широко используются алюминиевые конструкции в виде профилей и всевозможных соединителей, которые позволяют достаточно быстро спроектировать и изготовить любой указатель или табличку.

Таблички могут быть настольные, придверные или флажковые. Настольные используются для облегчения начального контакта с посетителями. На них указывается ФИО и должность. Придверные таблички могут нести аналогичную смысловую нагрузку, но монтируются они на фасаде двери или рядом с ней. Флажковые крепятся торцом к стене и видны посетителю издали.

Бэдж – элемент фирменного стиля, необходимый для быстрой идентификации сотрудника. Бэджи используются не только деловыми людьми на выставках и других мероприятиях, но также и в повседневной работе службой охраны, медицинскими работниками и другими специалистами.

Варианты крепления для бэджей имеют большое разнообразие, и позволяет не задумываться над формой одежды.

Бэдж с прозрачным окошком. Это самый распространенный вариант бэджа, размер 9х6 см.

Клипса. С ее помощью можно прикрепить бэдж к лацкану пиджака.

Шнурок или лента. Ленту для бэджа можно изготовить с учетом корпоративного цвета компании, логотипом, а также указать название компании или мероприятия.

Брелоки-ретракторы с вытяжной нитью. Удобные для персонала, имеющего дело с системой бесконтактного доступа и магнитными картами.

Крепление-браслет для бэджа. Подходит для ношения ключей, как обычных, так и электронных, удобен при посещении бассейна или спорткомплекса.

Фирменная визитка. Так же является элементом фирменного стиля. Содержит общую информацию о фирме, ее почтовый адрес, адрес электронной почты, телефоны и факсы. Размер 9х5 см.

Рекламно-информационные носители (ростовые фигуры, мобайлы, муляжи, напольная печать и т.д.).

Рекламно-информационные носители служат в основном для предоставления сведений о товарах и услугах. К ним относятся всевозможные стойки, стенды, настенные щиты, рамки, акриловые карманы и другие Pos материалы. Системообразующим началом служит единый фирменный стиль, функциональное назначение или конструктивное исполнение.

Эти предметы интерьера должны логично вписываться в существующее оформление любого офиса.

POS материалы - средства оформления мест продаж (Point of sales). Существует множество различных POS материалов диспенсеры, мобайлы, вобблеры, шелфтокеры картонные и пластиковые, джумби, лотки картонные, рекламные гирлянды флажков, коробки для чеков и многое другое, студент выбирает для курсового проекта любые POS материалы на свое усмотрение.

Ростовые фигуры или хард-постеры — это рекламная конструкция, размещаемая в местах продаж, состоящая из полноцветного плаката, наклеенного на жесткое основание из плотного пластика.

Ростовая фигура может быть разных размеров, даже в человеческий рост, и быть фигурой человека, персонажа, товара. Ограничения по цветности отсутствуют. (*приложение А, рисунок А.3*)

Виды хард-постеров:

- *Настольный хард-постер* - Используется в прилавочной зоне или зоне выкладки товара. Находится непосредственно в зоне внимания покупателя.

- *Напольный хард-постер* - Обладает большой рекламной поверхностью, стоит в торце стеллажа, в широком проходе, в промо-зоне.

- *Ростовая фигура* - Воспринимается, как живой человек; привлекает внимание за счет нетипичной формы. Часто используется в промо-акциях.

Мобайлы – POS материал, состоящий из плоского или объемного рекламного изображения, подвешенного к потолку. Главное его преимущество - это то, что мобайл не занимает торговое пространство и заметен с большого расстояния. (*приложение А, рисунок А.2*)

Виды мобайлов:

- *Плоские мобайлы* - Плакат приклеенный на жесткую основу, подвешенный под потолком. Может вращаться, бывает любой фигурной формы.

- *Составные мобайлы* - Композиция из 2-х или более плоских мобайлов, подвешенная к потолку. Они могут располагаться как один внутри другого, так и крепиться последовательно один за другим.

- *Объемные мобайлы* - В классическом виде - это муляж продукции или ее упаковки, подвешенный к потолку.

Муляж или Джумби - точная копия упаковки продукта или самого продукта. Размещается на полках, полу или в витринах. Джумби - по имени летающего слонёнка из одноимённого мультфильма - увеличенные модели рекламируемого товара, как правило, надувные, подвешиваются к потолку.

Рекламные муляжи помогают ненавязчиво продвигать торговую марку или конкретный товар и являются дополнением к оформлению витрин или торгового пространства. Бывают муляжи, повторяющие размеры предмета, а также муляжи - увеличенные или уменьшенные копии предметов. (*приложение А, рисунок А.1*)

Напольная графика. Это великолепное рекламное средство для позиционирования торговой марки и привлечения потенциальных клиентов. Возможны очень интересные решения, производящие на клиента визуальный «эффект».

Для изготовления напольной графики используется специальная полиэфирная пленка обладающая высокой прочностью к истиранию и нанесению царапин. (*приложение Б, рисунки Б.1-Б.3*)

Основные области применения напольной графики:

- *напольная реклама в супермаркетах, магазинах;*
- *информативные напольные указатели в аэропортах, зданиях вокзалов;*
- *оформление интерьера офисов;*
- *напольная реклама в метрополитене;*
- *оформление выставок.*

Проектное решение художественного оформления интерьера

Разработка и оформление интерьера любого помещения требует к себе серьезного и одновременно творческого подхода. Работа над новым обликом помещения начинается с проекта, который наглядно способен показать конечный вид комнаты или здания, и в который при необходимости можно внести определенные коррективы и поправки. Дизайн представляет собой совокупность различных групп и позиций, несущих в себе определенную функциональную и смысловую нагрузку. В зависимости от того, какая комбинация цветов перед нами, очень просто определить, что это – интерьер жизнерадостной детской или сдержанный стиль солидного кабинета. Световое оборудование вносит свой вклад в цветовое оформление интерьера, акцентируя внимание на деталях и конкретных зонах.

Особое, повышенное внимание следует уделить расположению элементов системы визуальной коммуникации в интерьере, так как улучшение взаимоотношения с клиентами является приоритетным направлением развития.

Интерьер - это демонстрационный элемент

При выборе цветового решения необходимо учитывать оптические особенности дневного и ночного освещения.

Подача проектируемого интерьера производится в масштабе 1:10, в виде одной или двух изометрий, и полной развертки всех стен, с целью – предоставить наиболее полную информацию о проделанной работе. В случае применения каких либо нестандартных элементов (хард-постеров, Джумби, мобайлов), они выносятся отдельно с обязательным проставлением размеров. (*приложение В, рисунки В.1, В.2*)

Оформление курсового проекта

Графическая часть (2 планшета 50x70 см), содержащая:

- серия пиктограмм, информационных табличек ;
- бэдж, фирменная визитка;
- изометрия;
- развертка стен и план помещения в масштабе 1:20, 1:25, 1:50;
- POS материалы на выбор.

Пояснительная записка к проекту:

«Проектирование графических комплексов в средовом пространстве.

Графика в интерьере – визуальные коммуникации, пиктограммы

»

(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 10 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. Стор И.Н. Смыслообразование в графическом дизайне. Метаморфозы зрительных образов: учебное пособие для вузов / И.Н. Стор. - М.: МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2003. – 296 с.
2. Проектирование в графическом дизайне: учеб. для вузов / С.А. Васин, А.Ю. Талашук, Ю.В. Назаров, Л.А. Морозова, В.В. Сумароков; под ред. С.А. Васина – М.: Машиностроение-1, 2006. – 320 с.: ил.
3. Бергер К.М. Путеводные знаки: дизайн графических систем навигации / К.М. Бергер. – М.: РИП-холдинг, 2005. – 176 с.: ил.
4. Что такое графический дизайн? / Квентин Ньюарк; пер. с англ. И.В. Павловой. – М.: АСТ: Астрель, 2005. – 255 (1) с.: ил.
5. Hunt Wayne. Urban Entertainment Graphics: Theme Parks and Entertainment Environments / Wayne Hunt-New York: Hearst Books International, 1997. - 224h.: ill.
6. Туэмлоу Э. Графический дизайн: фирменный стиль, новейшие технологии и креативные идеи / Э. Тэмлоу; пер. с англ. К.Крутских. – М.: АСТ: Астрель, 2007. – 256 с.: ил.

Приложение А

(справочное)

Визуальные коммуникации в интерьерном пространстве



Рисунок А.1



Рисунок А.2



Рисунок А.3



Рисунок А.4

Приложение Б (справочное)



Рисунок Б.1



Рисунок Б.2



Рисунок Б.3



Рисунок Б.4

Приложение В (справочное)



Рисунок В.1

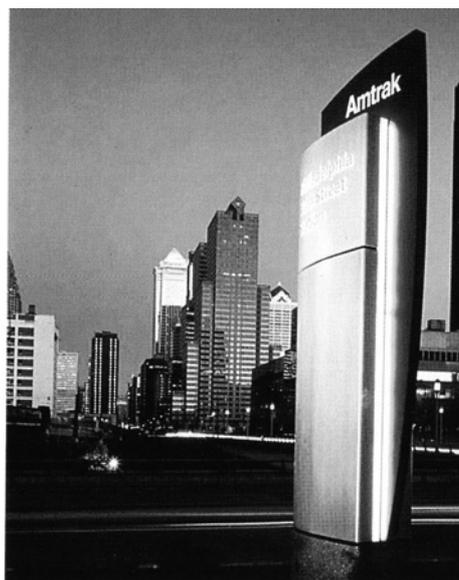


Рисунок В.2



Рисунок В.3

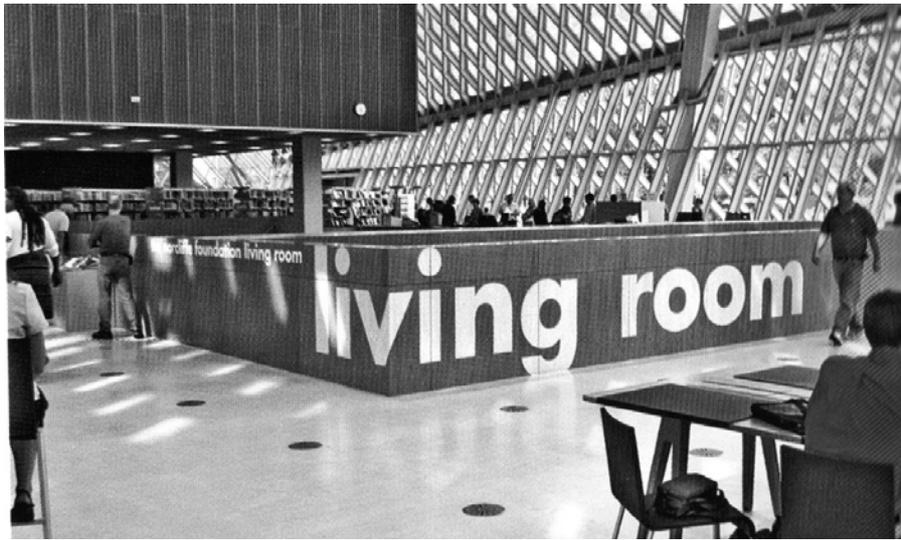


Рисунок В.4

