

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра дизайна

А.В. РОМАШОВА, А.В. НАЛИВКИНА, О.Б. ЧЕПУРОВА

КАТАЛОГ

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К КУРСОВОМУ ПРОЕКТУ №18
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ»

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

Оренбург 2009

УДК 745/749 (07)
ББК 30.182z7
Р-69

Рецензент
кандидат искусствоведения С.Г. Шлеюк

Ромашова А.В.

Р-69 Каталог: методические указания к курсовому проекту №18 по дисциплине «Проектирование в графическом дизайне» / А.В. Ромашова, А.В. Наливкина, О.Б. Чепурова. – Оренбург: ИПК ГОУ ОГУ, 2009. – 24 с.

В методических указаниях подробно раскрываются условия освоения методики проектной разработки многостраничного издания в стилистическом единстве, основанного на принципах модульно-конструктивного подхода к проектированию.

Методические указания предназначены для студентов, изучающих дисциплину «Проектирование в графическом дизайне» на 5 курсе по программам высшего профессионального образования по специальности 070600 – Дизайн, специализации 070601 - Графический дизайн.

ББК 30.182z7

© Ромашова А.В., Наливкина А.В.,
Чепурова О.Б., 2009
© ГОУ ОГУ, 2009

Содержание

1	Общие положения	4
1.1	Цели и задачи курсового проектирования.....	4
1.2	Объекты проектирования.....	5
1.3	Организация курсового проектирования.....	5
1.4	Объем и содержание проекта	5
1.5	Оформление курсового проекта	6
2	Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта	10
2.1	Проектное задание.....	10
2.2	Научно-исследовательский раздел	10
2.3	Концептуальное решение проекта	10
2.4	Особенности проектирования плакатов.....	12
2.5	Выбор формата издания	14
	Список использованных источников	24

1 Общие положения

1.1 Цели и задачи курсового проектирования

Основная цель – освоение метода проектной разработки многостраничного издания в стилистическом единстве, основанного на принципах модульно-конструктивного подхода к проектированию.

Очень популярным способом сообщить о своей фирме и ее товаре потенциальному клиенту был и остается выпуск каталогов. Рекламный каталог, в котором тщательно изложен весь ассортимент предлагаемой продукции – это уже не просто набор прайс-листов, а неизменный атрибут успешного бизнеса, необходимый для переговоров и презентаций.

Каталог – перечень товаров с их описанием, применяемый для продажи товаров, в полиграфическом исполнении – многостраничное печатное изделие, обычно с мягкой обложкой. **Дизайн каталога**, как правило – сложноструктурированное справочное или рекламное издание с обилием таблиц и сложной версткой, рекламными фотографиями, богатым шрифтовым оформлением, перекрестными ссылками, сносками, ссылочными разделами (оглавление, алфавитный указатель товаров и производителей).

Изготовление каталогов – процесс, который включает в себя копирайтинг, или написание текстов для каталога (или набор текста), разработку фирменного дизайна каталога, рекламную фотосъемку товаров, верстку оригинал-макета, редактирование и корректуру, тиражирование и постпресс. Каталог должен быть оформлен таким образом, чтобы пользоваться им было очень удобно – легко находить информацию.

Дизайн рекламного каталога делается с расчетом на целевую аудиторию. Информация, содержащаяся в таком каталоге, должна побуждать потенциального клиента к приобретению товара или услуги. Рекламные каталоги с описанием товаров обычно содержат множество цветных иллюстраций, поэтому лучше всего печатать их в типографиях офсетной печати.

Цены на печать каталогов гораздо выше, чем на буклеты или брошюры. Печать каталогов в типографии всегда довольно затратная процедура. Например, офсетная печать каталогов, буклетов занимает больше времени из-за длительного подготовительного периода. Стоимость печати каталога за экземпляр существенно зависит от тиража. Обычно каталоги заказывают тиражом не менее 500 штук. Для полиграфического издательства печать каталогов это не только возможность получить крупный заказ, но и показать профессионализм своих дизайнеров. В зависимости от количества страниц каталог скрепляется скрепами или бесшовным клеевым способом.

1.2 Объекты проектирования

Самый распространенный на сегодня вид каталогов – *каталог товаров крупной фирмы*. Многие *интернет-магазины* также выпускают каталоги товаров, облегчающие заказ товара по телефону и интернету.

Печать *каталогов одежды* тоже сегодня становится отдельным сегментом рекламного рынка, поэтому к исходным материалам и качеству печати каталогов данного вида предъявляются высокие требования.

Кроме этого, существуют *бизнес-каталоги*, предназначенные для руководителей предприятий, бизнесменов, предпринимателей, менеджеров и специалистов по сбыту, снабжению и маркетингу, работников органов государственного управления и органов местного самоуправления, профессиональных объединений и бизнес-сообществ. Обычно печать этих каталогов посвящена какой-либо сфере бизнеса, отрасли промышленности, ведущим предприятиям региона.

Дизайн и качество печати *каталогов крупных художественных выставок* ни в чем не уступают оформлению художественных альбомов.

Некоторые фирмы прикладывают к каталогам диски с аудио- и видеозаписями, что усиливает воздействие на покупателя. Таким образом, качественный каталог способен превратить человека в постоянного клиента компании со стабильной частотой заказов.

Следовательно, темами для проекта могут являться любые актуальные художественные, коммерческие, социальные, экологические или др. предложения, конкурсные темы; либо темы, обусловленные социальным или производственным заказами.

1.3 Организация курсового проектирования

Выполнение курсового проекта осуществляется в соответствии с учебными планами подготовки специалистов, утвержденных ректором университета. Учебно-методическое руководство курсовым проектированием возлагается на ведущего преподавателя-лектора курса «Проектирование в графическом дизайне».

1.4 Объем и содержание проекта

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

Содержание проекта позволяет в пределах курса осуществить комплексный подход в разработке многостраничного каталога.

Курсовой проект содержит следующие разделы:

- сбор, анализ и систематизация аналогов;
- концептуальное решение;
- эскизное предложение;
- подача материала в натуральную величину.

Курсовой проект состоит из графической части (планшеты), пояснительной записки, макет-оригинала каталога.

Каталог проектируется на выбранную тему, согласно единому концептуальному решению, включающему использование различных графических форм, с сохранением оригинального стиля, выбором индивидуального формата и модульной сетки.

1.5 Оформление курсового проекта

Графическая часть (4 планшета, размеры которых могут быть продиктованы форматом каталога, но не менее формата А-1; рисунок 1), содержащая:

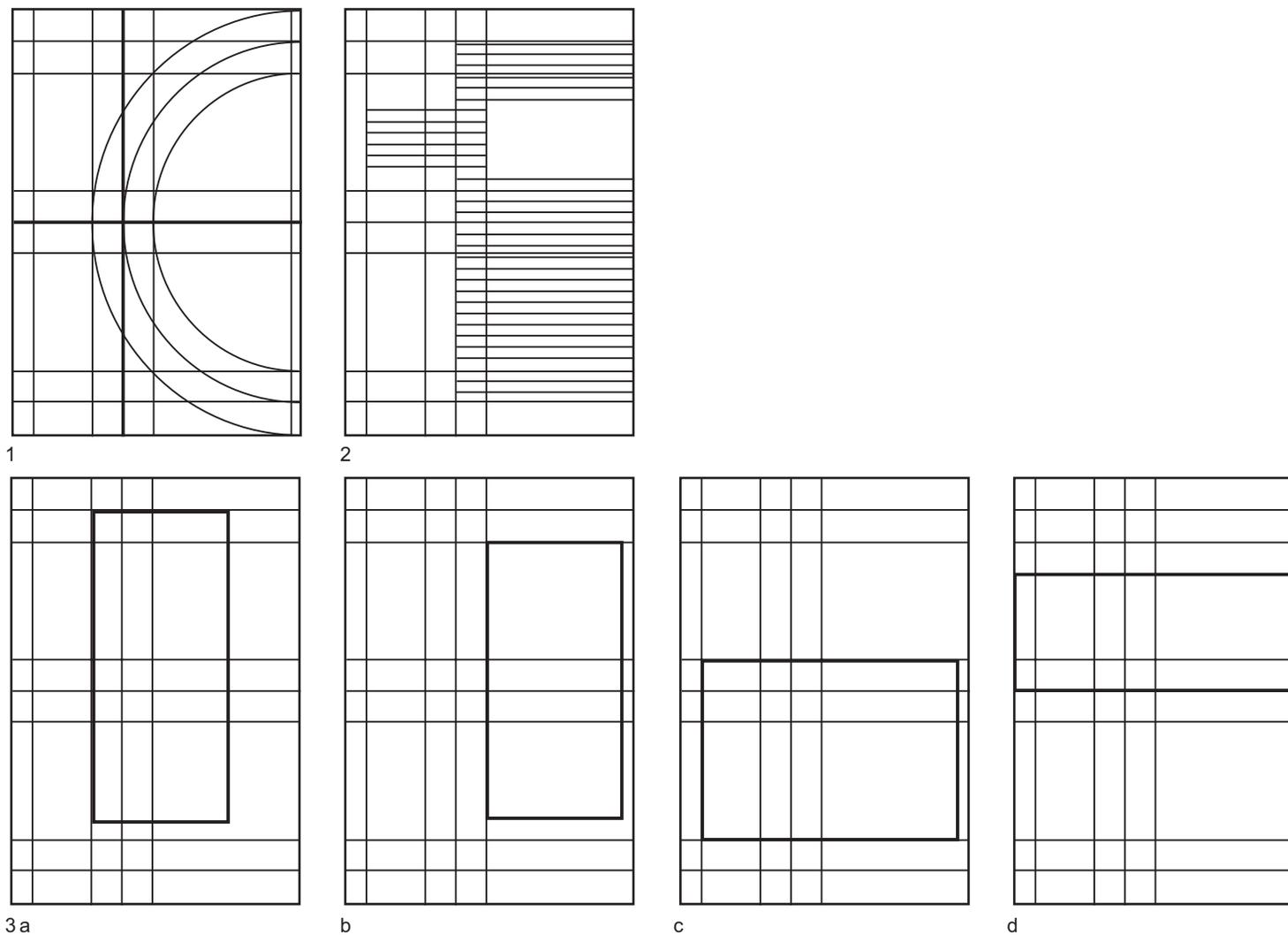
- изобразительную информацию;
- композиционное решение;
- взрыв-схему конструктивного решения издания;
- цветовое решение;
- шрифт;
- модульную сетку.

Пояснительная записка к проекту № 18 «Каталог».

Структура пояснительной записки:

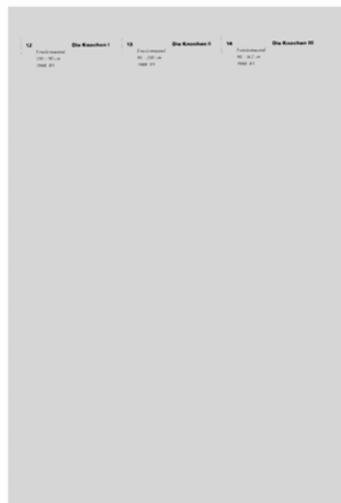
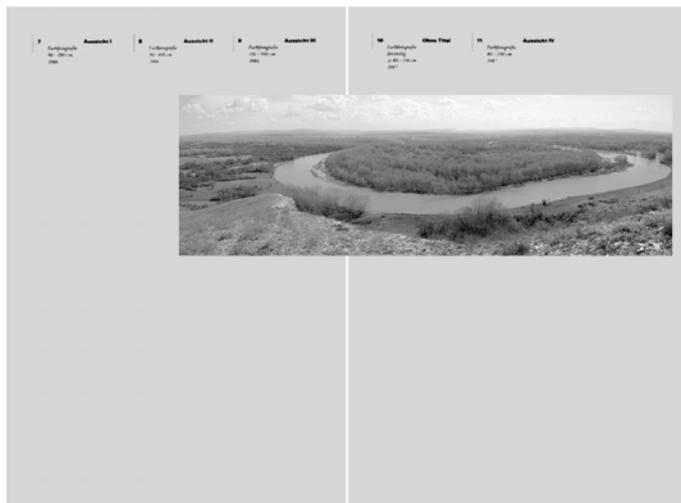
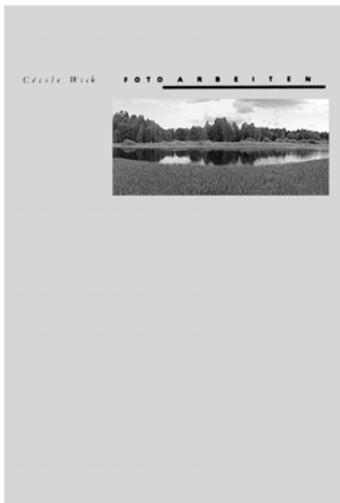
- титульный лист;
- аннотация;
- содержание;
- введение;
- анализ аналогов;
- смысловая и графическая концепция каталога;
- обоснование единства стиля;
- система композиционных средств и модульная организация полиграфического издания;
- эргономический анализ элементов каталога;
- выводы;
- список использованных источников;
- приложения.

Объём пояснительной записки: не менее 16 страниц печатного текста (шрифт 14 Times New Roman; поля: левое – не менее 30 мм, правое – не менее 10 мм, верхнее – не менее 15 мм, нижнее – не менее 20 мм; одинарный пробел) и иллюстративное приложение (аналоги, эскизы, итоговое решение). К пояснительной записке прилагается диск с электронной версией всего проекта.



a) сетка

Рисунок 1 – Пример создания оригинал-макета каталога фотографий «Оренбургские просторы». Размер 210 × 305 мм.
 Пропорции 1:1,454.



б) верстка страниц
 Рисунок 1 – Пример создания оригинал-макета каталога фотографий «Оренбургские просторы». Размер 210 в 305 мм.
 Пропорции 1:1,454.



в) пример размещения фотографий по сетке

Рисунок 1 – Пример создания оригинал-макета каталога фотографий «Оренбургские просторы». Размер 210 в 305 мм. Пропорции 1:1,454.

2 Методические указания к выполнению основных разделов курсового проекта

2.1 Проектное задание

Тема курсового проекта определяется кафедрой или студентом и утверждается руководителем. При выборе темы необходимо учитывать ее актуальность и значимость. Тема должна предполагать возможность развития в нескольких направлениях, т.е. возможность акцентирования в каталоге особенностей рекламируемого продукта, услуг, или социального направления. Каталог должен обладать новизной, идущей от субъективного мировоззрения автора; должен быть наполнен художественным образом, оказывающим глубокое эстетическое воздействие на потребителя. Следует помнить, что художественный образ способен оказывать воздействие, когда в нем общечеловеческие проблемы проявляются в индивидуальном и через индивидуальное. Оказать помощь в раскрытии сущности художественного образа каталога призвана совокупность технического и художественно-изобразительного решения. Необходимо учитывать возможность восприятия идеи каталога людьми, принадлежащими различным социальным слоям. Каталог должен быть объединен единой графической концепцией, включающей оригинальность решения, характерную пластику линий и пятен, особую цветовую гамму и др.

2.2 Научно-исследовательский раздел

Этот этап работы предполагает исследование аналогов любых графических форм по выбранной теме курсового проекта. Необходимо обращать внимание на нестандартные подходы в решениях тем, аналогичных выбранной вами. При анализе графического материала, необходимо логически обосновывать преимущества и недостатки графических решений в рассматриваемых объектах. Это помогает сориентироваться в актуальных на сегодняшний день стилистических течениях, технических возможностях получения, обработки и воспроизведения графической информации, а так же, позволяет выявить современные тенденции проектирования графической продукции.

Содержание каталога должно формироваться студентом самостоятельно. Материал собирается в библиотеках, Интернете и специализированных предприятиях.

2.3 Концептуальный и образно-метафорический подход в проектировании

Концепция предполагает поиск характерного графического приема, соответствующего заложенному в произведении смыслу, создание

оригинальных композиций, способствующих выражению художественного образа, единой композиционной и пропорционально-модульной организации поля, единого художественно-графического решения с сохранением стилевых особенностей: пропорционального, тонального и цветового соотношения элементов композиции, характерной цветовой гаммы, оригинальной графики.

Единое решение должно учитывать категорию потребителя, на которую направлена данная информация, психологию его восприятия и последовательность прочтения, заложенного в произведение смысла.

Концепция художественно-образного решения каталога должна определять его смысловое содержание, которое предполагает передачу сообщения о художественных, эстетических, функциональных и т.д. качествах рекламируемого товара или услуг, сохраняя при этом фирменный стиль предприятия.

Концептуальное решение каталога отличается сложностью объединения отдельных элементов в единый графический комплекс. Существует несколько принципов организации смысловой взаимосвязи текста и изображения в единую серию.

1 *Параллельный принцип*, при котором идея каталога обособлена, не зависит от идей других полиграфических изданий. Каждый каталог раскрывает какую-либо сторону общей темы и содержит самостоятельный художественный образ. Единство достигается только благодаря применению единых композиционных и графических приемов.

2 *Последовательный принцип* обязывает идею каталога зависеть от содержания визуального ряда. Восприятие каталога происходит в строгой иерархии потому, что, воспринимая страницы последовательно, одну за другой, гарантируется максимально эффективное воздействие, раскроется смысл рекламируемой серии объектов. Художественный образ во всем каталоге единый, переходя из страницы в страницу, постепенно раскрываясь и дополняясь.

3 *Объединяющий принцип*, при котором каталог содержит идею, отличную от других, но при восприятии всей серии одновременно открывается сверж-идея. Сверх-идея объединяет серию рекламируемых изобразительных элементов в одно произведение. Художественных образов в каталоге присутствовать должно как минимум два: явный, прочитываемый при восприятии отдельной страницы, и скрытый, который обнаруживается только при выстраивании всего объема в единый визуальный ряд.

В дизайнерском проектировании существует язык формообразования как профессиональная «знаковая система», позволяющая придать каждому отдельному предмету или их комплексу смысловое звучание, соединить отдельные структурные элементы проектируемого объекта в целостную форму. Этот язык, в отличие от вербального, – специфический, невербальный, т.е. визуальный. Он является важнейшим средством информационно-коммуникативного диалога между дизайнером и потребителем.

Когда говорят о языке дизайна, то невольно проводят параллель с естественным языком. А это значит, что язык дизайна имеет свой «алфавит», то

есть набор элементарных художественных средств. Элементы пространственной и объемной формы обладают не только материальными и визуальными свойствами, но и семантическим наполнением, способствующим решению функциональных задач. В дизайне, лежащем на стыке искусства и техники, метафорический язык наполнен вполне конкретным содержанием и проявляется самым непосредственным образом. Символизм в нем – это способность мыслить с помощью априорных, рациональных форм, не нуждаясь в предпосылке о реальном бытии объекта.

Понимание сущности метафорического языка, основ его изображения на примере природных явлений, животного мира, социально-культурных явлений важно для дизайнера, ибо оно формирует его художественно-образный менталитет, детерминирует поиск средств художественной выразительности, которые в контексте современной культуры становятся не менее существенными, чем функционально-практические, нормативно-эстетические свойства вещи.

2.4 Особенности проектирования каталогов

В творчестве дизайнера всегда присутствуют в той или иной степени условность и фрагментарность изображения, в основе которых лежат психологические закономерности восприятия.

Формирование профессионального мышления дизайнеров – следует считать ключевым вопросом в процессе создания дизайн-каталога, так как данный процесс содержит:

- аналитический подход к назначению конкретного издания;
- выбор полиграфических материалов и средств оформления издания;
- выбор технологических режимов печати;
- художественно-графический подход к созданию образного строя каталога.

Труд дизайнера будет тем плодотворнее и полезнее, чем тоньше станет он детализировать функциональную структуру издания и чем правильнее находить средства для осуществления своих замыслов.

Очень часто дизайнер начинает работу над оформлением издания с создания пластического образа, некой графической идеи, соответствующей содержанию издания. Идея эта фиксируется в эскизах и макетах. После утверждения макета и графического оформления дизайнер подстраивает под него шрифт и полиграфические материалы: бумагу, переплетную ткань, краски, фольгу и т. д.

Если в оформлении художественной или научной литературы не учитываются читательский контингент и особенности видов печати, то подобная методика оформления совершенно недопустима, скажем, в работе над изданиями каталогов, которые призваны осуществлять свою важнейшую рекламно-информационную функцию, как с помощью текста, так и материально-графическими средствами.

В основе описанного методического принципа лежит пассивное отношение к функциональному назначению книги. Если же дизайнер стремится к осмыслению функциональных особенностей конкретного издания (книга массовая или рассчитанная на узкий круг читателей-специалистов, сувенирная или для повседневного пользования и т. д.), то он будет сознательно изыскивать и средства для решения тех задач, которые выявляются им при анализе структуры издания.

Для дизайнера-полиграфиста технология и полиграфические материалы – прежде всего средства решения тех практических задач, которые намечаются им при рассмотрении функционального назначения издания. А еще – и средство достижения необходимого художественного эффекта.

В зависимости от функций издания, от намеченных дизайнером целей должны выбираться:

- формат;
- объемно-конструктивные особенности издания;
- способ печати текста и воспроизведения иллюстраций;
- материалы: бумага, переплетные ткани и т. д.;
- также шрифт для текстового набора и заголовков.

Определяя, таким образом, все основные технологические параметры каталога, дизайнер, безусловно, должен считать своей сверхзадачей создание эстетически совершенного издания. То есть, принимая решение по любому частному вопросу: каким будет формат каталога, на какой бумаге его напечатают и т. п. – дизайнер исходит из соображений не только практического порядка, но и художественно-эстетического.

Необходимое условие успешного решения этих задач – совершенное знание дизайнером технологии и полиграфических материалов, а также умение творчески использовать их в работе. И лишь после того, как на основании анализа функциональной структуры издания будет принято решение по всем основным параметрам, дизайнер вплотную подойдет к созданию того графического образа, который должен придать каталогу черты индивидуальности и способствовать раскрытию идеи.

Работа дизайнера над оформлением каталога зачастую не заканчивается формированием графического образа, а начинается с его создания. Разрабатывая образно-графический строй каталога, дизайнер окончательно утверждает технологию и полиграфические материалы, внося отдельные уточнения в свой предварительный проект, если этого требуют особенности образно-графического строя. Так осуществляется обратная связь между графической идеей и материально-технологическими посылками.

Графическая идея каталога должна быть выражена не только в шрифтовой графике, но включать в себя и изобразительные элементы.

Она может быть акцентирована на одном (переплет, обложка) или нескольких (переплет, форзац, титул), внешних элементах каталога и далее последовательно раскрываться на его внутренних разворотах. На стадии разработки этой идеи дизайнеру исключительно важно мысленно работать в материале, как, впрочем, и на стадии проектирования каталога. Краски, ткани,

бумага, фольга – все это художественный материал, с которым работает дизайнер-полиграфист. Но таковым материал будет только в том случае, если дизайнер учитывает его особенности, сознательно используя их для достижения художественного эффекта. Без такого отношения материал выполняет сугубо утилитарную функцию: служит лишь для передачи той или иной текстовой или изобразительной информации.

Дизайнер делает эскиз и макет каталога, работая на собственной, зачастую высшего качества, бумаге, применяя из престижных соображений высоко-художественные материалы. Он затрачивает всю свою творческую энергию на художественное освоение этих материалов, зачастую совершенно не представляя конечного результата своих трудов – полиграфического продукта, который будет напечатан на совершенно иной бумаге, совершенно иными красками, или представляя себе его очень смутно. Эскиз может быть прекрасным произведением станковой графики и декоративно-прикладного искусства, но это отнюдь не означает, что каталог, сделанный по этому эскизу, будет обладать такими же высокими художественными достоинствами.

Дизайнер полиграфического издания должен очень хорошо знать и тонко чувствовать особенности шрифта, полиграфических материалов и различных технологических процессов.

В случаях, когда вышедшее из печати издание оказывается хуже эскиза и поэтому не оправдывает надежд дизайнера, он чаще всего винит в неудаче только типографию. В действительности же виноватым чаще всего бывает он сам.

Умение дизайнера-полиграфиста мыслить в материале, из которого создается тираж, следует считать одним из главных, если не самым главным моментом профессионального мышления дизайнера.

2.5 Выбор формата издания

Пропорции формата выражают соразмерность двух и более отношений. Характеризуют гармоничную связь не одной, а нескольких форм. Главным их элементом часто служит, так называемый, пропорциональный модуль. Он дает возможность производить композиционное построение на основе использования кратных величин, т.е. простого их умножения или сокращения в определенное число раз. С давних пор предпринимались попытки связать модульную систему с размерами человеческой фигуры. За основу их построения принимался размер кисти руки, стопы, предплечья с кистью.

Пропорции характеризуют собой наиболее простой вид соразмерной связи элементов композиции. Определяются связью между двумя величинами формы, например, длиной и высотой прямоугольника. С композиционно-художественной точки зрения оцениваются численно и чисто зрительно. Могут быть сближенными и отдаленными. К сближенным отношениям можно отнести те, которые находятся в пределах от 1:1 до 1:0,5. К отдаленным – от 1:0,5 до 1:0 (условно). Первые типичны для форм, приближающихся к квадрату и отличающихся монументальным, статичным характером. Вторые – для форм,

приближающихся к линейной форме и отличающихся в определенном (вертикальном) положении неустойчивостью и легкостью.

К сближенным отношениям можно причислить, так называемое, «золотое сечение». Оно равно $1:0,62$. Особенность золотого сечения состоит в том, что оно включает в себя такие величины, которые соотносятся между собой так же, как одна из них относится к составленному из них целому.

Здесь хочется повторить слова Я. Чихольда: «В болезненных поисках нового многие пренебрегают сегодня диктуемыми разумом пропорциями листа бумаги, как и столь многими другими ценностями, к существенному ущербу для безоружного читателя. Некогда отклонения от действительно прекрасных и поэтому приятных для глаз пропорций страницы 2:3, 1:33 и «золотого сечения» были редки» [23].

В композиционном плане весьма эффективен и метод пропорциональной гармонизации форм на основе геометрического построения форм – прямоугольников. Он дает возможность наглядно установить пропорциональную связь элементов композиции друг с другом и с целым.

Форматом издания называется размер страницы издания после обреза блока. При выпуске иллюстраций под обрез с зарезкой блока в проекте оформления следует указать рассчитанные дообрезной и обрезной форматы издания.

При выборе формата издания надо предусмотреть:

а) площадь страницы издания, позволяющую разместить текстовые и иллюстрационные элементы в удобочитаемом виде; особое внимание следует уделить иллюстрационному материалу, таблицам и формулам;

б) оптимальные пространственные пропорции издания (соотношение толщины и площади формата), исходя из его объема;

в) удобопечатаемость издания в зависимости от форматов и других технологических особенностей.

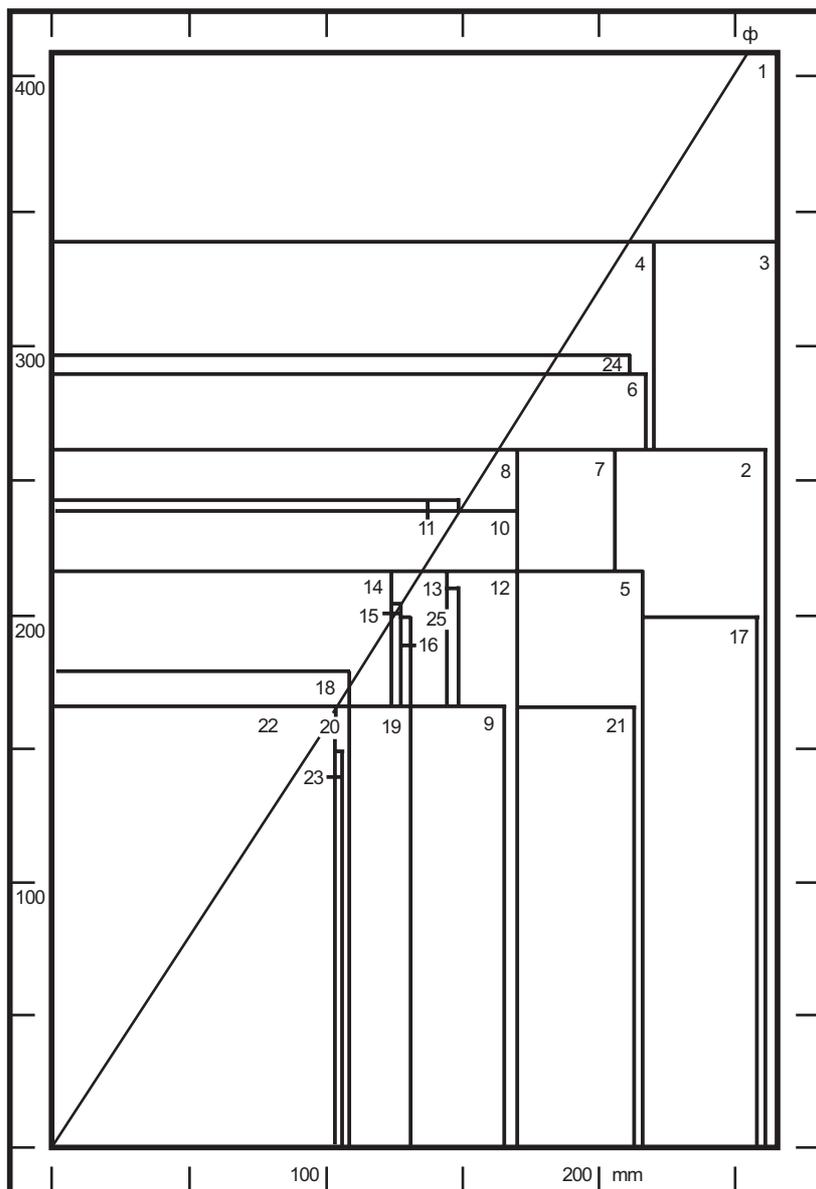
Формат издания выражается в мм (например, 130x200, 145x215, 220x165 мм, где первая цифра обозначает ширину страницы, а вторая – ее высоту), или в формате бумажного листа и его доле, которую страница данного издания составляет от этого листа (например, 60x90 $1/16$, 70x90 $1/32$, 100x60 $1/8$, 84x108 $1/64$).

Дробь, показывающая, какую часть листа составляет страница издания, называется определителем доли. Знаменатель дроби представляет собой произведение двух чисел, показывающих, насколько равных частей разделен лист по ширине и по длине для образования данной страницы и, следовательно, данного формата издания. Наиболее распространены следующие доли: $1/8$, $1/16$ и $1/32$.

Существует цельная система, включающая 25 форматов для книг и журналов с рациональными и иррациональными пропорциями (рисунок 2).

В современном понимании печатное издание – это система повторяющихся элементов, объединенная некоторыми из них в единое целое по определенному своду правил. Обложка, форзац, титул – объединительные

элементы; текстовые и иллюстративные страницы, шмуцтитулы – повторяющиеся элементы книги.



1	266 ÷ 409	2	261 ÷ 261	3	266 ÷ 338	4	4. 220 ÷ 338
5	216 ÷ 216	6	218 ÷ 291	7	206 ÷ 261	8	170 ÷ 261
9	165 ÷ 165	10	170 ÷ 240	11	148 ÷ 240	12	170 ÷ 216
13	144 ÷ 216	14	125 ÷ 216	15	126 ÷ 204	16	130 ÷ 200
17	260 ÷ 200	18	107 ÷ 178	19	130 ÷ 165	20	107 ÷ 165
21	215 ÷ 165	22	102 ÷ 165	23	105 ÷ 148	24	210 ÷ 297

Рисунок 2 – Система 25 форматов для книг и журналов с рациональными и иррациональными пропорциями (мм)

Удачный выбор формата определяет качество и характер полиграфического издания.

Для каталога используются, как правило, крупные форматы, с набором текста в две или несколько колонок, в зависимости от его специфики. Например, 130 × 165, 170 × 216, 206 × 261, 210 × 297 мм

Выбор сетки издания

В основе каталога, как и других многостраничных изданий, лежит дизайн-проект, созданный с творческой целью, но основанный на математических расчетах. Произвольное (или интуитивное) расположение элементов верстки на странице – скорее исключение из правил. Одним из методов конструирования многополосных изданий является модульная сетка.

Модульная сетка по определению Владимира Кричевского – система вертикалей, горизонталей, а то и диагоналей, образующих своего рода каркас типографической композиции в масштабе листа, страницы или разворота. С точки зрения Джеймса Фелличе модульная сетка – основа любой хорошо сверстанной страницы. Он ее также называет невидимой структурой страницы. По сетке устанавливается область набора на странице, расстояние между колонками, внешние и внутренние поля. По ней же задается система нумерации страниц, местонахождение колонтитула и прочих вспомогательных элементов. Модульная сетка выполняет функцию скелета страницы. На него нанизываются титул и фронтиспис, шмуц-титулы, страницы с текстом и иллюстрациями. В некоторых случаях обложка, суперобложка, и даже форзац создаются по модульной сетке издания [7].

Модульная сетка делит двухмерную плоскость на меньшие области. Они могут быть равными или различными по размеру. Эти элементы на странице издания соответствуют по высоте определенному числу строк текста, а их ширина корреспондируется с шириной колонок.

Как правило, области набора отделены промежуточным пространством так, чтобы с одной стороны, графические и текстовые объекты не касались друг друга (таким образом, сохраняется четкость восприятия), с другой – чтобы подписи и легенды могли быть помещены ниже иллюстраций или между ними. По вертикали расстояние между областями может составлять одну, две или более строк текста. По горизонтали это пространство зависит от размера шрифта (кегля) и иллюстраций.

При делении полосы на области, такие элементы дизайна, как текстовый набор, фотография, иллюстрация и цветная «плашка», могут быть расположены наилучшим образом, отрегулированы и приведены к размеру элементарных частей конструкции. Самая маленькая иллюстрация соответствует самому маленькому модулю или может быть меньше, но в любом случае при модульной верстке она опирается на линии сетки. Все иллюстрации, фотографии, статистические данные, таблицы и т.д. имеют размер в один, два, три или более элементов сетки. Таким образом, достигается некоторая однородность в представлении визуальной информации. Сокращение числа используемых элементов и их объединение сеткой создает ощущение ясности и компактного планирования, и предполагает аккуратность проекта, что придает дополнительную значимость информации.

Сетка определяет постоянные размеры и основные пропорции деления пространства полосы, фактически сковывая дизайнера конечным числом комбинаций ее модулей. Чтобы избежать таких ограничений в творчестве, дизайнер должен тщательно проанализировать исходный материал и с большей требовательностью подойти к разработке модульной сетки. Можно сказать, что каждый последующий этап работы над макетом должен быть предварительно продуман для того, чтобы сконструированная модульная сетка соответствовала всем требованиям дизайна.

Главное назначение модульных сеток состоит не только в придании целостности всему изданию, но и в облегчении работы по созданию макета и его верстке.

Удачно сконструированная сетка дает возможность легко справиться с поставленными задачами графического дизайна. Она позволяет заверстывать текст и иллюстративный материал систематически и логически; организовать текст и иллюстрации компактно, соблюдая договоренности с их собственным ритмом; объединять визуальный материал на основе ясной структуры. Элементы упорядочены так, что все части вместе архитектурно соединены и скоординированы в типографском пространстве.

Информация, ясно и логически выверенная, с системно представленными титулами и подзаголовками, текстами и иллюстрациями будет не только быстро и легко читаться, но будет лучше понята читателем.

Для создания полноценного полиграфического каталога недостаточно создания только «фирменного» стиля, «фирменной» цветовой гаммы и шрифтов. Для полной идентификации связующим звеном каталога должна стать характерная постоянная композиция, основанная на модульном построении отдельных его элементов. Все это вместе взятое и создает типографический образ полиграфического произведения.

Дизайн-проект издания одновременно решает весьма запутанные проблемы организационного и визуального характера. Иллюстрации, различные куски текста, заголовки, таблицы данных – все эти части должны соединяться в конструктивное «когерентное» сообщение-посыл. Сетка – это всего лишь один из подходов для достижения этой цели.

Сами модульные конструкции могут резко отличаться друг от друга и даже вообще на первый взгляд не походить на сетки. Они могут быть свободными от строгих привязок, органически аморфными, или могут быть жесткими и механистическими. Все зависит от выполняемого проекта исполнителем. У некоторых дизайнеров сетки, как инструмент конструирования, представляет собой неотъемлемую часть дизайна.

Модульная сетка заранее предопределяет положение каждого элемента на странице или развороте, текст занимает определенную полосу набора, регламентирует помещение на лист иллюстративного материала – все это объединяется заданными правилами верстки. Все подчинено единообразию типографических приемов, в итоге, визуальном объединяющем изданию в единое целое.

В целом, использование модульной конструкции придает любой типографической композиции определенную стройность, задает стиль. Сетка ярко выражает тяготение типографики к геометрическому порядку, организации не в ущерб функциональному характеру ее форм.

Сетка определяет постоянные размеры и основные пропорции деления пространства полосы, фактически сковывая дизайнера конечным числом комбинаций ее модулей. Чтобы избежать таких ограничений в творчестве, дизайнер должен тщательно проанализировать исходный материал и с большей требовательностью подойти к разработке модульной сетки. Можно сказать, что каждый последующий этап работы над макетом должен быть предварительно продуман для того, чтобы сконструированная модульная сетка соответствовала всем требованиям дизайна.

Композиционные средства достижения гармоничности полиграфического издания

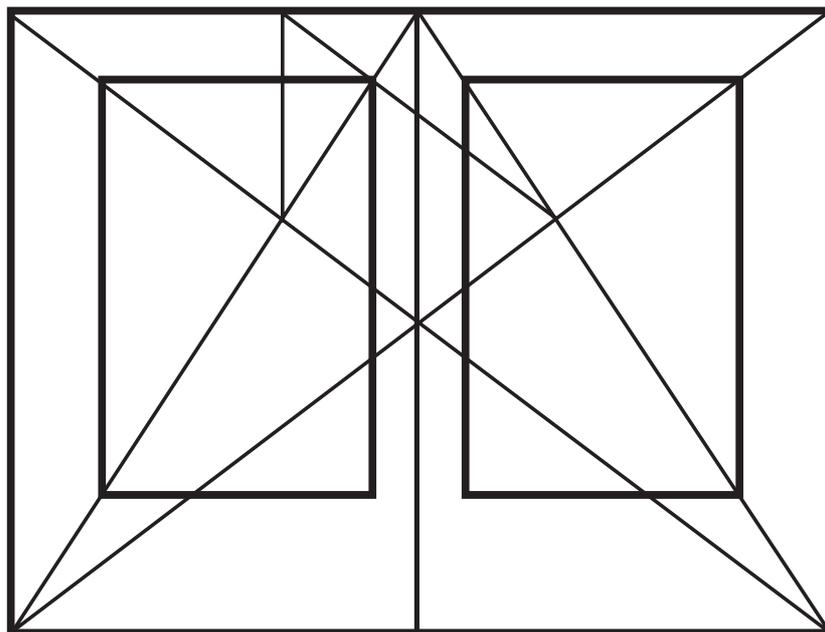
Гармония является результатом взаимодействия композиционных свойств и качеств. Их поиск и есть выражение того общего характера формы, который обуславливает достижение целостности и глубины образно-смыслового содержания. Согласованная в частях, гармоничная форма убеждает, выглядит совершенной, собранной, красивой. Гармоничность – важнейший, не зависящий от вкуса признак грамотного решения выразительной композиции.

Способность зрителя к объединению фрагментов в целостный образ и к восстановлению образа по его элементам была давно подмечена психологами и получила в психологии название принципов гештальта («гештальт» (нем.) – форма, образ). Знание и практическое применение этих принципов (часто используемых художниками интуитивно) несомненно, полезно для дизайнера-полиграфиста, в творчестве которого фрагментарность изображений занимает особое место.

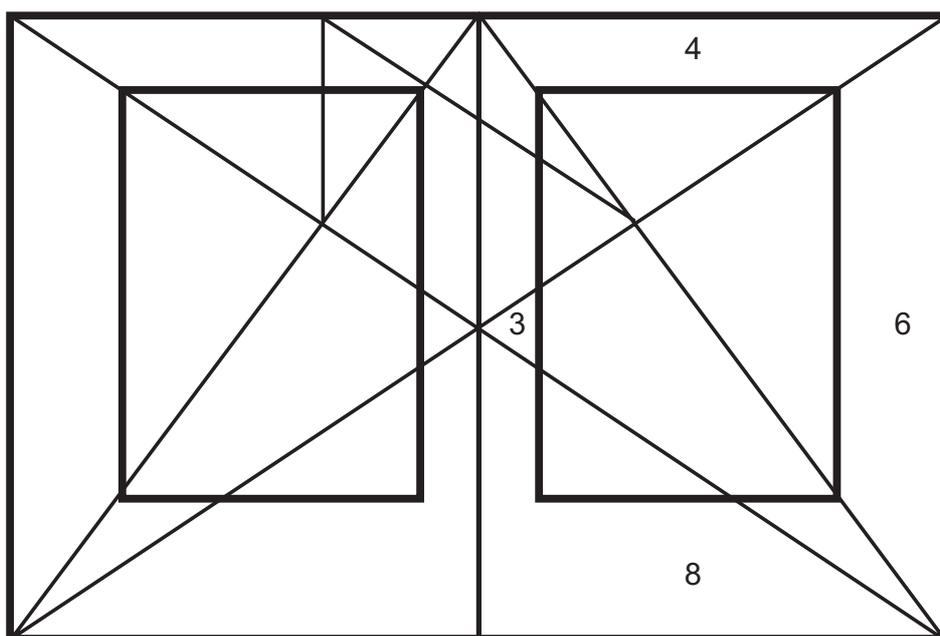
Чем лаконичнее изображение, тем большую смысловую и эстетическую нагрузку несет каждая его деталь. По закону ассоциаций зритель, опираясь на фрагменты, силой своего воображения восстанавливает целостный образ. Такой путь всегда интересен, так как предполагает активное «сотворчество» зрителя и определенную степень субъективной свободы. Следует, однако, помнить, что любая, даже незначительная, неточность или неудачный художественный прием могут исказить смысл – объект и направить воображение зрителя совсем не по тому пути, который предполагается автором. С позиций психологии это вполне закономерно, так как переход от образа к идее всегда предполагает в качестве промежуточного звена определенную степень обобщения.

Работая над каталогом, необходимо знать, как организовать внимание зрителя, как правильно выстроить композицию, чтобы создать целостность его восприятия. Дизайнеру необходимо сознательно применять те или иные композиционные приемы и средства. Понимая то, что соблюдение композиционных законов, обучающемуся поможет развить композиционное мышление и в дальнейшей дизайнерской деятельности позволит

профессионально создавать любые графические объекты не задумываясь, интуитивно чувствуя гармонию графического объекта (рисунок 3).



а)



б)

Примеры компоновки полос набора на развороте (по Я. Чихольду) в следующих пропорциях:

а) 2:3; пропорции полей 2:3:4:6.

б) 3:4; пропорции полей 3:4:6:8

Рисунок 3 – Система страничных стандартных форматов (мм)

В процессе работы над каталогом разрабатывается единая закономерность применения определенных композиционных средств, сочетание которых наиболее точно передает заложенный в проект замысел, что выражается в организации модульного пространства каталога. Данный этап работы можно определить, как поиск единого композиционного приема. Благодаря найденному применению модульной сетки можно каталогу придать те качества и свойства, которые будут наиболее полно способствовать созданию гармоничной формы и раскрытию общей идеи.

Основные свойства композиции постоянного характера: единство стиля, пропорциональность, модульность сетки, масштабность, соподчиненность элементов, образность формы; переменного характера: статичность – динамичность, симметричность – асимметричность, пластичность – геометричность, ритмичность – метричность, колористичность – монохромность, фактурность – текстурность, контрастность – нюансность.

Устранению монотонности перечисления рекламируемого товара или рекламируемых услуг способствует:

- сочетание в композиции нескольких метрических рядов разного построения,
- выделение в метрическом ряду групп элементов,
- установление разрядок между группами,
- «оживление» метрического ряда за счет включения в него акцентов,
- изменение отдельных свойств повторяющихся элементов.

Добавим, что наиболее активным средством устранения монотонности в метрическом строе является его сочетание с ритмом или просто – ритмизация формы.

Ритм – более сложный, чем метр, порядок чередования элементов композиции. Он основан на неравномерном изменении их свойств. Это изменение может касаться как самих элементов, так и интервалов между ними.

Ритму могут подчиняться такие средства построения композиции, как линия, цвет, геометрический вид, рельеф и др. Они в еще большей степени, чем величины и интервалы, подвержены эмоционально-зрительной оценке. Их восприятие основывается на ощущении постепенного нарастания или резкого убывания тех или иных свойств элементов композиции, например насыщенности цвета.

Основные принципы формообразования

Рациональность

Под рациональностью в композиции понимается логическая обоснованность, целесообразность формы. Соблюдение данного принципа в композиционно-художественной работе над формой связывается с выполнением двух главных условий. Первое условие – это установление прямой, самой тесной связи формы с ее функциональным содержанием. Второе главное условие – необходимость четкой рациональной разработки собственно художественной формы.

Тектоничность

В своей основе этот принцип означает соответствие формы конструкции. При таком соответствии конструкция становится композиционно-пластическим средством формообразования. В графическом дизайне конструкция понимается как модульная организация единой сетки, которая в свою очередь может являться частью или основой всего композиционного решения и создавать серийность графических произведений.

Структурность

Структура рассматривается как внутреннее строение художественной формы. Цель структурного формообразования – нахождение гармоничной связи между элементами, составляющими форму. Такая связь выражается в соподчиненности элементов композиции. В соответствии с ней принцип структурности означает соподчиненность или четкость, ясность, слаженность внутреннего строения формы. При отсутствии соподчиненности форма выглядит монотонной, аморфной, вялой или, наоборот, пестрой, распадающейся на части. В этом случае элементы либо вообще не выделяются в композиции, образуя однообразную массу, либо имеют исключительно самостоятельное композиционное значение, нарушающее целостность формы.

Структурная гармонизация происходит при разделении элементов композиции на главные и второстепенные. Ее цель – наиболее яркое выявление художественных свойств каждого элемента и в то же время нахождение гармонической связи между элементами.

Мобильность

Композиция понимается более глубоко и широко, чем абсолютно завершенная форма. В современном глубоком видении – это художественная система, способная к развитию и сохраняющая при этом свою целостность. В таком виде она всегда относительно завершенна. Мобильность, гибкость часто обуславливается функцией формы. Она обнаруживается в природном мире, где изменение – явление закономерное, возникающее под действием на форму как внутренних, так и внешних сил. Живые формы, изменяясь, остаются целостными организмами.

В композиционном значении мобильность часто приравнивается к динамичности, которая выражается в чисто зрительном или механическом движении формы.

Органичность

Этот принцип определяет собой построение композиции с учетом закономерностей формообразования, проявляющихся в природе. Природа всегда являлась для человека не только источником вдохновения, но и образцом для подражания. Важно подчеркнуть, что речь здесь идет не о механическом подражании природным формам, а об их творческом осмыслении с целью органичного преобразования в дизайн-формах.

Осмысление форм природы может идти в нескольких направлениях. Главным из них можно назвать анализ:

– морфологии, т.е. строения так называемых биоформ как функциональных организмов,

- закономерностей тектонического (конструктивно-пластического) формообразования в природе,
- особенностей движения биоструктур,
- пластики живых организмов,
- их окраски,
- пропорционального строения.

Образность

Данный принцип отражает четкое и глубокое раскрытие в композиции определенной художественной идеи. В этом и заключается смысл творческой деятельности дизайнера-графика, как, впрочем, и любая другая художественная деятельность. Выраженный в форме образ наполняет ее глубоким духовным содержанием, делает впечатляющей. Образная форма оказывает на зрителя более сильное и глубокое эмоционально-эстетическое воздействие, чем простая утилитарная форма. От того, насколько глубоко и ярко раскрыто образное содержание в форме, зависит степень ее художественной выразительности.

Всякий образ в художественной форме носит сложный, противоречиво-двойственный характер. Он складывается из единства следующих, противоположных, по сути, его составляющих: объективного и субъективного, общего и единичного, выразительного и изобразительного, рационального и эмоционального и т.д.

Целостность

Это всеохватывающий и объединяющий принцип композиционно-художественного формообразования в дизайне. Он предполагает установление самой тесной связи между всеми средствами и приемами построения композиции. В результате организуется общий характер формы, который и определяет, в конечном счете, силу ее воздействия на зрителя.

Приемы достижения целостности композиции в произведении чрезвычайно разнообразны. Это, в частности, совмещение пластических и колористических приемов организации формы, соблюдение пропорций и соподчиненности элементов и пр. При использовании композиционных средств и приемов важен поиск гармонического «ключа» формообразования, который бы открывал путь к композиционному единству – гармонии. Этим «ключом» и выступает общий характер формы, который должен выражаться в пропорциональности, сомасштабности целого и ее частей, колористическом единстве и во всех других внешних и внутренних качествах формы. Удачно найденное композиционное решение способствует более яркой передаче смыслового содержания через художественный образ графического произведения.

Именно эти закономерности организации целостности и предметности восприятия дают дизайнеру возможность с помощью сравнительно скурых изобразительных средств создавать сложные объекты реальной действительности.

Список использованных источников

- 1 Адамов, Е.Б. Художественное конструирование и оформление книги / Е.Б. Адамов, И.Ф. Бельчиков. – М.: Книга, 1971. – 271 с.
- 2 Адамов, Е.Б. Оформление справочных изданий / Е.Б. Адамов, В.Г. Кричевский. – М.: Книга, 1981. – 304 с.
- 3 Герчук, Ю.Я. Художественная структура книги / Ю.Я. Герчук. – М.: Книга. 1984. – 156 с.
- 4 Гиленсон, П.Г. Справочник технического редактора / П.Г. Гиленсон. – М.: Книга, 1972. – 315 с.
- 5 Гончарова, Н.А. Композиция и архитектура книги / Н.А. Гончарова. – М.: Книга, 1977. – 296 с.
- 6 Книгопечатание как искусство: Типографы и издатели XVIII–XX вв. о секретах своего ремесла. – М.: Книга, 1987. – 182 с.
- 7 Лаптев, В.В. Модульные сетки. Проектирование многополосных изданий / В.В. Лаптев.– М.: РИП–холдинг, 2007. – 204 с.; ил.
- 8 Ляхов, В.Н. О художественном конструировании книги / В.Н. Ляхов. – М.: Книга, 1975. – 246 с.
- 9 Пахомов, В.В. Книжное искусство: Замысел оформления. Иллюстрации: в 2 кн./ В.В. Пахомов. – Кн. 1. – М.: Книга, 1962. – 201с.
- 10 Фаворский, В.А. О композиции / В.А. Фаворский // Декор. искусство. 1965. – № 7. – С. 11.
- 11 Хёрлберт, А. Сетка: Модульная система конструирования и производства газет, журналов и книг / А. Хёрлберт. – М.: Книга, 1984. – 246 с.
- 12 Шульц, Д. Эстетические критерии типизации изданий / Д. Шульц. – М.: Книга, 1982. – 302 с.