Курушин В. Д.

Графический дизайн и реклама

Самоучитель

ДМК Пресс
издательство
Москва, 2008

УДК 004.921
ББК 85.15
К93

К93 **Курушин В. Д.**
Графический дизайн и реклама. – М.: ДМК Пресс, 2008. – 272 с.: ил. (Самоучитель).

ISBN 5-94074-087-1

Книга рассказывает обо всем, что необходимо знать начинающему дизайнеру, решившему попробовать свои силы в сфере информационной технологии.

Основное внимание уделяется тому, как проектировать и создавать визуальные сообщения, распространяемые с помощью современных средств массовой информации: газет, журналов, рекламных изданий, компьютерных сетей и т.д. Рассматривается применение различных видов прикладной, деловой, чертежной и оформительской графики, описаны приемы верстки текста и обработки фотографий, предназначенных для печати и электронных средств масс-медиа. Отдельный раздел посвящен дизайну и психологии восприятия печатной рекламы. Подробно рассказано, что такое информационная дизайн-технология, и описаны особенности работы в этой сфере. На примере использования популярных дизайнерских программ рассматриваются операции сканирования, масштабирования, трансформирования, копирования, дублирования, редактирования, компоновки, импорта, экспорта, записи и печати компьютерной графики. Показано, как с помощью электронных мастеров популярных компьютерных программ производится электронное макетирование печатной продукции, презентаций и Web-страниц.

В качестве иллюстраций использованы материалы из периодической печати, информационных и рекламных изданий, а также авторские и ученические работы.

Книга рассчитана на широкий круг читателей.

Все права защищены. Любая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами без письменного разрешения владельца авторских прав.

Материал, изложенный в данной книге, многократно проверен. Но, поскольку вероятность технических ошибок все равно остается, издательство не может гарантировать абсолютную точность и правильность приводимых сведений. В связи с этим издательство не несет ответственности за возможный ущерб любого вида, связанный с применением содержащихся здесь сведений.

Все торговые знаки, упомянутые в настоящем издании, зарегистрированы. Случайное неправильное использование или пропуск торгового знака или названия его законного владельца не должно рассматриваться как нарушение прав собственности.

ISBN 5-94074-087-1

© Курушин В. Д.
© ДМК Пресс, 2008

Содержание

От автора 6
Принятые обозначения 8

ЧАСТЬ I ▼
Графический дизайн: искусство и наука 9

Глава 1 ▼
Дизайнер «проектирует» информацию 10
Искусство визуальных сообщений 10
Дизайн начинается с макета 13
Макетирование печатной продукции 19
Газета на экране 43
Язык графического дизайна 46

Глава 2 ▼
Графика 47
Многоликая графика 47
Графические материалы для дизайнера 48
И рисунки, и чертежи... 49
Прикладная графика в примерах 52
Графика оформляет и украшает 60
Деловая графика 65
Графика компьютерная... 86

Глава 3 ▼
Фотографика 87
Формула фотографики 87
Что нужно для фотографики 90
Необычная фотография 92

Глава 4 ▼
Типографика 95
В мире шрифта 95
Дизайнер работает с текстом 101

Типометрия 103
Верстка текста 107

Глава 5 ▼
Рекламный дизайн 113

Знакомьтесь – печатная реклама 113
Какой должна быть печатная реклама? 114
Средства композиции 118
Компоновка рекламы 119
«Игра» со шрифтом 124
Цвет в рекламе 128
Модульность печатной рекламы 131
Печатная реклама и психология 131

ЧАСТЬ II ▼
Информационная дизайн-технология 137

Глава 6 ▼
Компьютерная графика 138

Новые времена, новые технологии 138
Два вида компьютерной графики 140
Растровая графика: биты и пикселы 142
Векторная графика: линии и фигуры 144
Плоская графика? – Нет, объемная! 148

Глава 7 ▼
Техническое и программное оснащение 151

Компьютерная техника для дизайнера 151
Что нужно дизайнеру для работы? 155
Дизайнерские программы на любой вкус 162

Глава 8 ▼
Средства и методы дизайн-технологии 175

Рабочее место дизайнера-графика 175
«Электронный этюдник»
программ растровой графики 178
Обработка растровых изображений 188
Стилизация цифровых фотографий 193
Компьютерная готовальня векторно-ориентированных программ 207
Редактирование и компоновка объектов-примитивов 214
Как сохранить изображение? 220
Подготовка к сканированию 223

Импорт и экспорт графических изображений 226
Печать компьютерной графики 229

Глава 9 ▼
Электронные мастера популярных компьютерных программ 233

Универсальный инструмент для Microsoft Office 2000 233
За дело берутся электронные мастера 239
Электронный мастер рисует диаграммы 239
Подготовка картографического материала 243
Мастер Web-страниц работает над дизайном Всемирной паутины 247
Мастер автосодержания создает электронные слайды 253

Заключение 265

Список использованных иллюстраций 266

Предметный указатель 267

От автора

Эта книга адресована тем читателям, которые хотят познакомиться с графическим дизайном или расширить свои знания о нем. Особенность книги в том, что она посвящена теме, находящейся на границе искусства, науки и техники. В частности, в ней раскрываются вопросы информационного взаимодействия между людьми, которое осуществляется с помощью зрительно воспринимаемых образов. Этот способ общения называется визуальной коммуникацией. Он широко используется в сфере общественных и личных отношений, информационно-издательской и рекламной деятельности, экономике, бизнесе, науке, технике, образовании и т.п.

Основой визуального общения является графический дизайн, который предполагает тесную связь между содержанием и формой информационного сообщения. Дизайнер должен не только правильно раскрыть суть сообщения, но и сделать это красиво. Результат зависит от таланта и профессионального мастерства дизайнера, от его опыта, способности перевести сложные понятия в легко воспринимаемую наглядную форму.

Графический дизайн, хотя и является специфическим видом творческой деятельности, тесно сотрудничает с наукой. Любое информационное сообщение может содержать такой материал, который является результатом сложного процесса поиска истины. Однако в отличие от науки, в графическом дизайне имеют огромное значение не только естественные законы, но и законы красоты.

Красота в графическом дизайне – далеко не отвлеченное понятие. Каждый человек, соприкасающийся с информационной продукцией, должен получать эмоциональное удовлетворение и эстетическое наслаждение.

Автор убежден, что освоение теории и практики графического дизайна представляет собой сложную задачу. Основная трудность заключается в том, как привить учащимся особый художественный способ познания действительности, отличающийся от рационального. Известно, что воспитание художественного способа познания достигается прежде всего в практике изобразительного искусства. Но в отличие от искусства, цель графического дизайна состоит в формировании информационной среды, в которой мы находимся. Поэтому графический дизайн неразрывно связан с поиском такой формы информационного сообщения, которая соответствовала бы эстетическим вкусам общества.

Возможно, что многие из читателей этой книги сталкивались с проблемами, когда пытались создать собственную визитную карточку, экслибрис, оформить поздравление с праздником, подготовить приглашение на встречу, презентацию.

Кто-то пробовал разработать логотип своей фирмы или собственную Web-страницу в компьютерной сети, старался красиво оформить буклет, проиллюстрировать сухой ряд цифр эффектными графиками, диаграммами. Кому-то пришлось столкнуться с необходимостью подготовить публикацию по всем правилам типографского искусства, компонуя текст и рисунки так, чтобы они воспринимались наилучшим образом.

Надеемся, что наша книга поможет быстро освоить основы графического дизайна и работать так, чтобы извлекать из этого не только пользу, но и получать удовольствие.

Книга состоит из двух частей. В первой части читатель узнает, чем занимается дизайнер-график, ознакомится с каноническими видами прикладной, оформительской, деловой и чертежной графики, закономерностями шрифтового оформления, использованием фотографии в публикациях и печатной рекламе.

Вторая часть посвящена информационной дизайн-технологии. Здесь говорится об изобразительных возможностях электронных инструментов, прототипом которых являются обычные графические средства и материалы художника. Описывается аппаратное и программное обеспечение, необходимое для работы дизайнера-графика. На примере использования профессиональных дизайнерских программ рассматриваются операции сканирования, масштабирования, трансформирования, копирования, дублирования, редактирования, компоновки, импорта, экспорта, записи и печати компьютерной графики. Большое внимание уделяется стилизации цифровых изображений, что позволяет сделать их похожими на произведения изобразительного искусства. Здесь же начинающий пользователь компьютера узнает о графических возможностях популярных программ, входящих в пакет Microsoft Office. Увидит, как с помощью электронных мастеров можно макетировать не только несложную печатную продукцию, но и экранную графику.

Для чтения книги не требуется никаких специальных знаний, хотя было бы неплохо, чтобы читатель обладал хотя бы минимальным опытом работы на компьютере и художественным вкусом.

В основу книги положен большой объем литературных источников, публикаций и практического материала, посвященных основам графического дизайна и компьютерной графики. Кроме того, автор использовал собственный опыт работы в области печатной рекламы, преподавания курса информационной дизайн-технологии и практические результаты индивидуальной подготовки учащихся по этой дисциплине.

В качестве иллюстративных примеров использован материал из периодической печати, изданий информационного и рекламного характера, авторские и ученические работы.

Представляется, что читателям будет интересен раздел, посвященный психологии восприятия печатной рекламы.

В некоторых разделах, чтобы охватить как можно более широкий круг понятий, относящихся к графическому дизайну и компьютерным средствам его воплощения, использован справочный стиль изложения материала.

Автор благодарен специалистам, работающим в сфере информационной дизайн-технологии, за советы и критические замечания, которые помогли улучшить содержание книги.

Особую признательность автор выражает Т. Н. Курушиной – самому строгому домашнему рецензенту и дочке Наташе – большому энтузиасту информационной дизайн-технологии.

Принятые обозначения

Чтобы облегчить читателю работу с книгой, издательством «ДМК Пресс» приняты следующие обозначения:

- понятия и термины, встретившиеся впервые, а также фрагменты текста, на которые следует обратить особое внимание, набраны *курсивом*;
- названия клавиш и элементов интерфейса (команд, пунктов меню, окон и т.п.) выделены **полужирным** шрифтом;
- тексты компьютерных программ напечатаны моноширинным шрифтом;
- в квадратных скобках указан источник иллюстрации.

Часть I

Графический дизайн: искусство и наука

ГЛАВА 1 ▼ Дизайнер «проектирует» информацию
ГЛАВА 2 ▼ Графика
ГЛАВА 3 ▼ Фотографика
ГЛАВА 4 ▼ Типографика
ГЛАВА 5 ▼ Рекламный дизайн

Глава 1 Дизайнер «проектирует» информацию

Искусство визуальных сообщений

Графический дизайн (от англ. design – замысел, проект, чертеж, рисунок) представляет собой специфическую область художественно-проектной деятельности, которая направлена на создание визуальных сообщений, распространяемых с помощью средств массовой коммуникации[1]. Эта отрасль дизайна сравнительно молода, официальной датой ее рождения принято считать 1964 год, когда состоялся Первый конгресс Международного общества организаций графического дизайна ICOGRADA (International Council of Graphic Designers Associations).

Графический дизайн во многом отличается от «вещного» дизайна, задача которого – сделать удобным и красивым то, что окружает человека в повседневной жизни. В этом направлении работают многие специалисты: художники-конструкторы автомобилей, станков, механизмов, разработчики бытовой техники, проектировщики мебели, создатели моделей одежды, обуви, работники аналогичных творческих профессий. Таких специалистов принято сейчас называть *дизайнерами* (дизайнер-конструктор, дизайнер-колорист, дизайнер-визажист, дизайнер причесок, дизайнер-модельер, ландшафтный дизайнер, дизайнер интерьера, дизайнер-стилист и т.п.).

Графический дизайн отличается от «предметного» конструирования тем, что он связан с художественным проектированием, а мира информации. Современный *дизайнер-график* – это специалист творческой профессии, который

[1] *Массовая коммуникация* – вид человеческого общения, или иначе – информационного взаимодействия, осуществляемого посредством систематического распространения различных сообщений с помощью печати, кино, телевидения, компьютерной техники, электронных средств отображения информации. Цель массовой коммуникации – оказание экономических, политических, идеологических и других воздействий на оценки, мнения и поведение людей.