

# ОСНОВЫ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В ЦЕЛЯХ СОЗДАНИЯ КОНТЕНТА

*Создаете ли вы веб-сайт,  
научную статью,  
медицинское оборудование  
или любой другой продукт —  
ваша целевая аудитория  
состоит из людей,  
достойных хорошего дизайна.*

## БЛОК 1

1. Психология восприятия
2. Принципы визуального восприятия - теоретическая основа для создания композиции

## БЛОК 2

1. Модульная сетка как основа мировосприятия
2. Сетка в печатной рекламе
3. Сетка шаблона сайтов
4. Типографика. Шрифты

## БЛОК 3

1. Инфографика
2. Логотип

## БЛОК 1

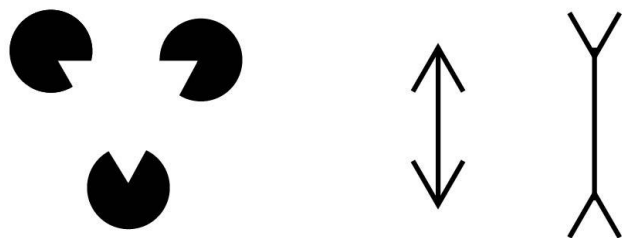
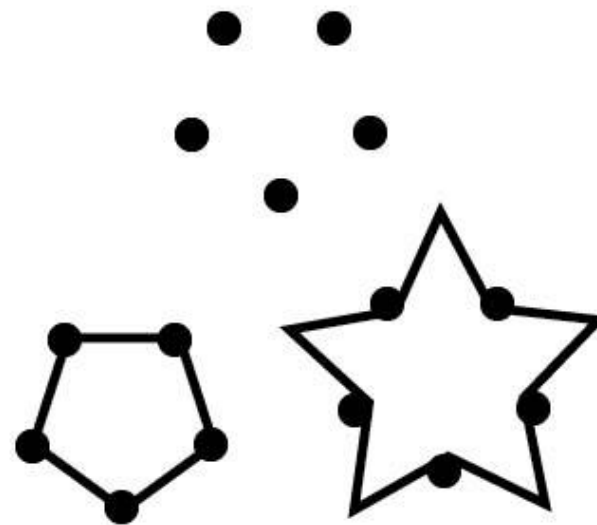
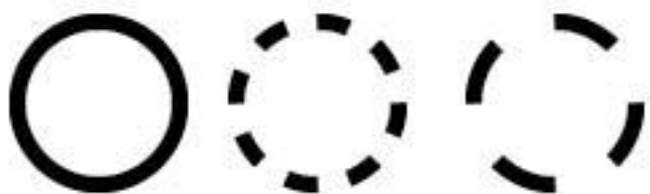
# 1. Психология восприятия

- XX век — создание основ учения о зрительном (визуальном) восприятии человеком окружающего мира.
- Законы восприятия - действуют независимо от жедания и воли человека
- Знание законов позволяют:
  - Овладеть принципами создания композиции
  - Уметь оценить чужую композицию

# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

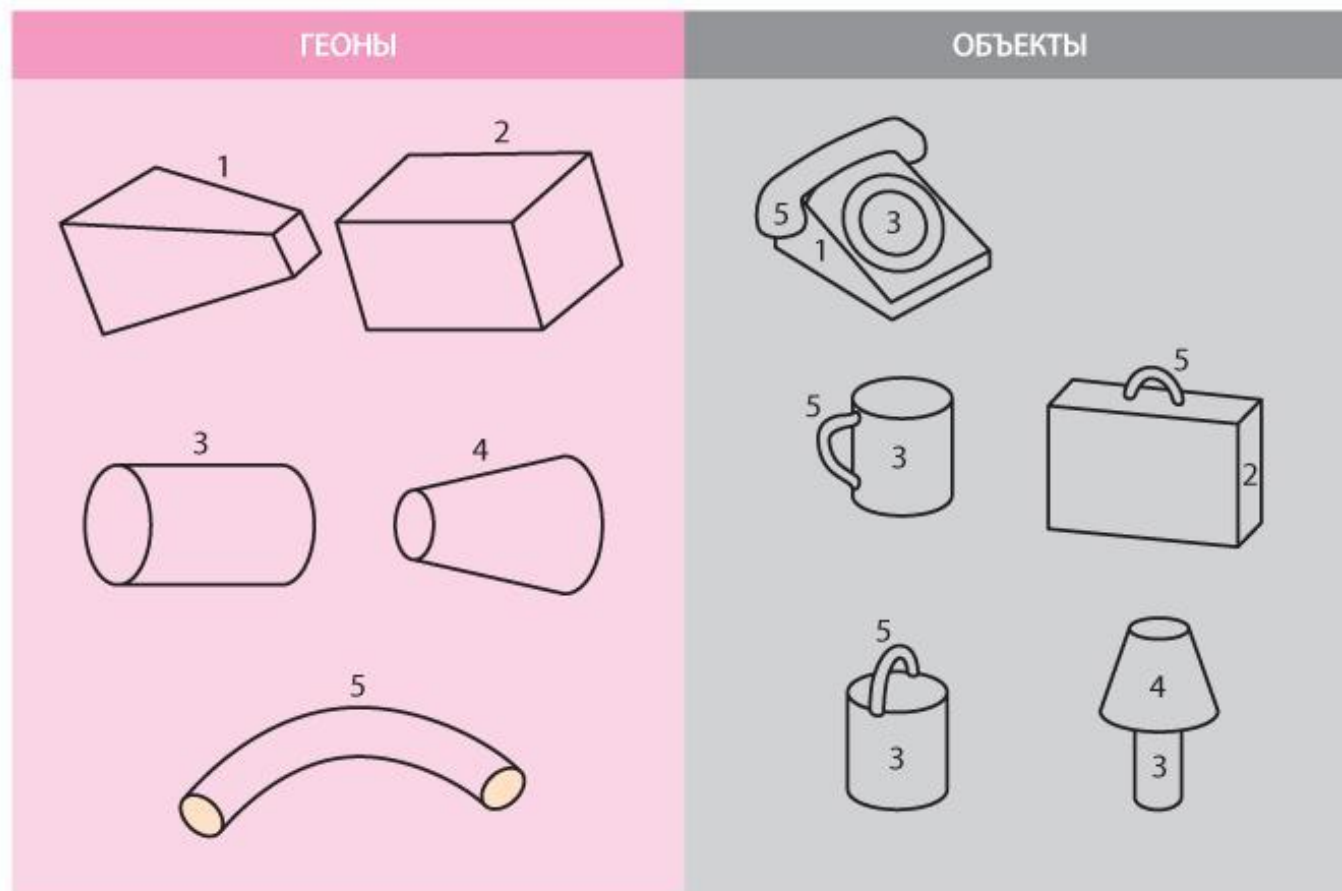
- Закон завершения



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

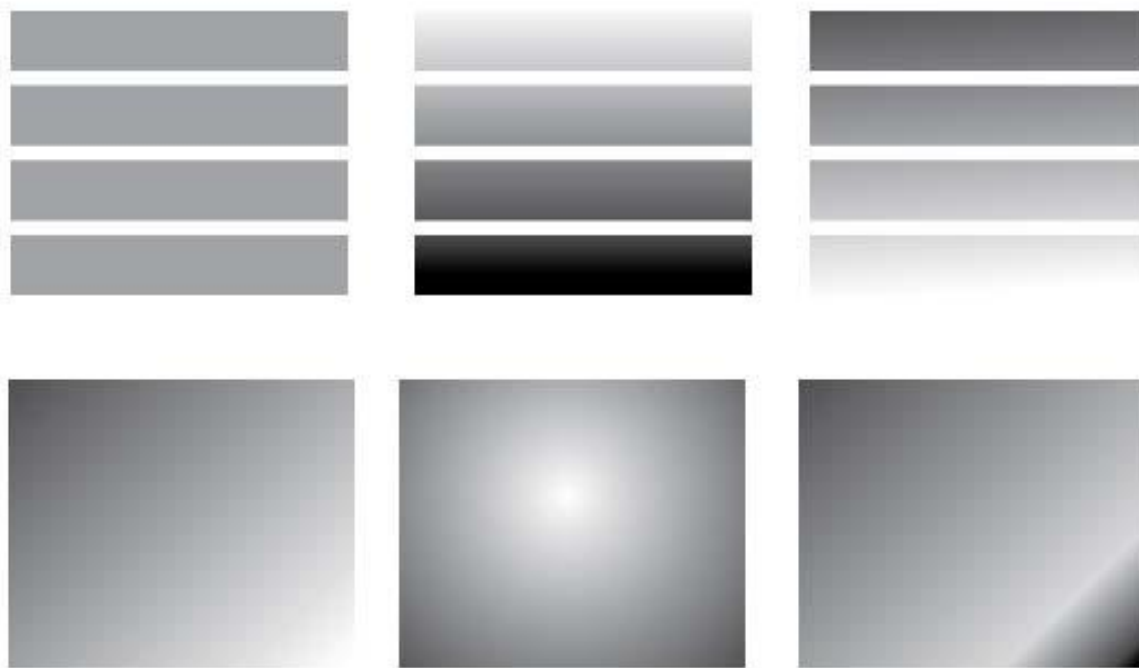
Люди отождествляют объекты с узнаваемыми образами



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

- Закон направления движения:
  - От темного к светлому



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

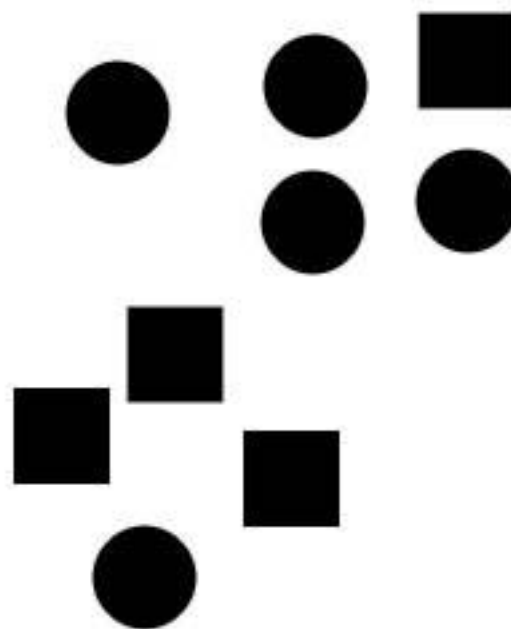
- Закон направления движения:
  - Продолжение обзора в выбранном направлении



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

- Закон подобия (похожести)
  - Подобие по форме

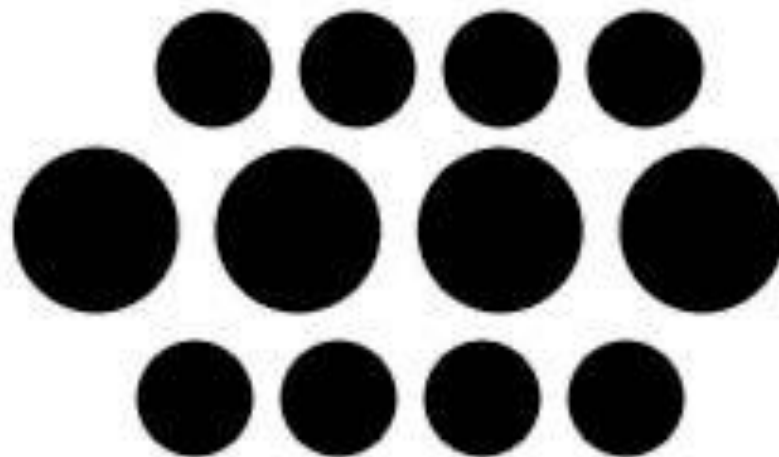




# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

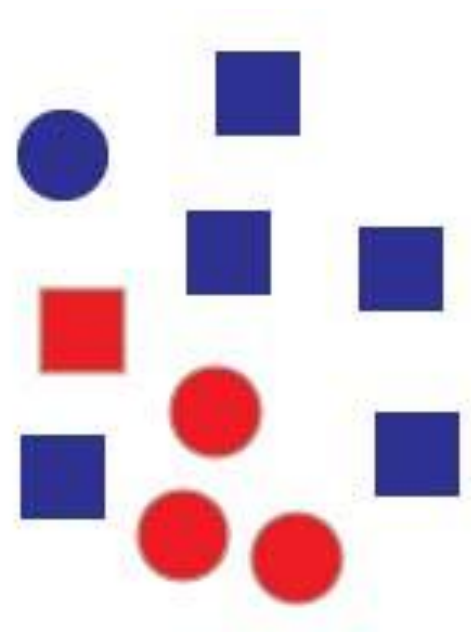
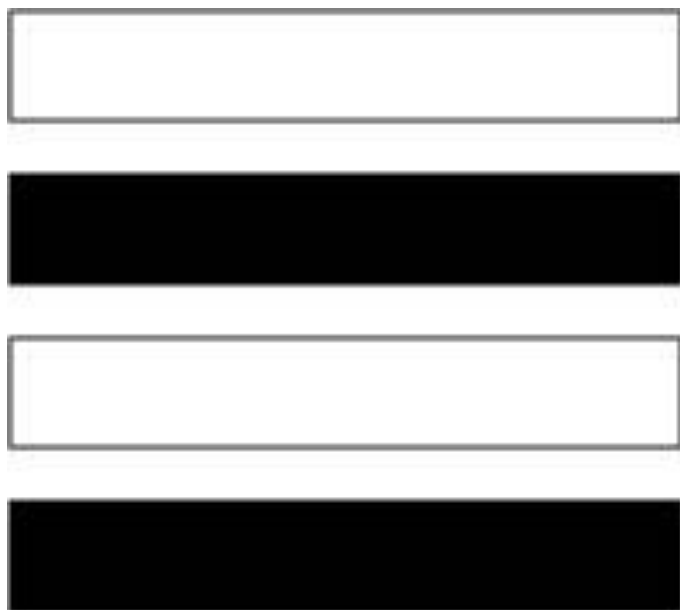
- Закон подобия (похожести)
  - Подобие по размеру



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

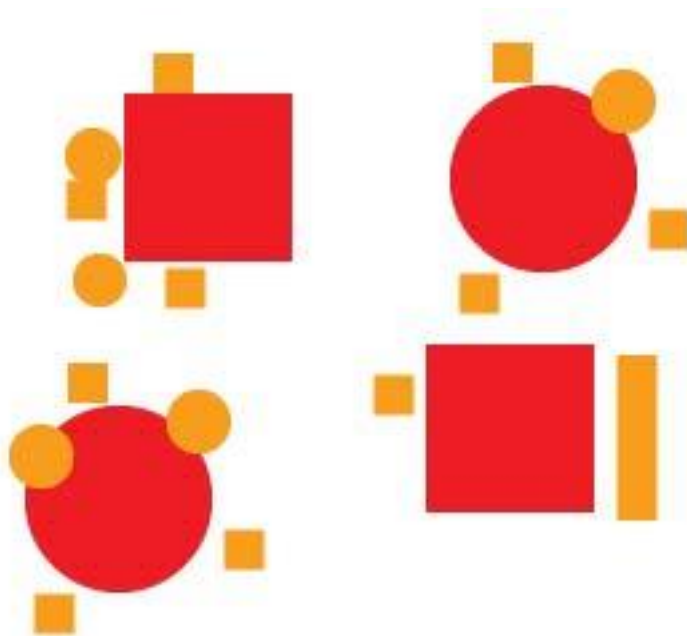
- Закон подобия (похожести)
  - Подобие по цвету (светлоте)



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

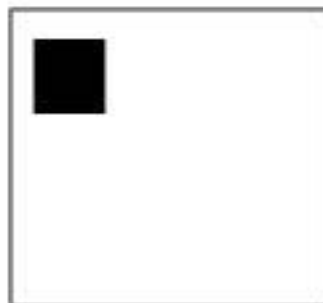
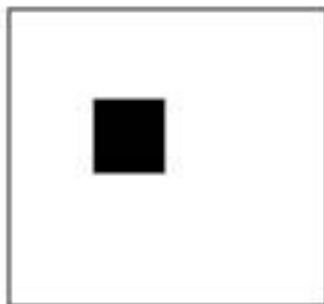
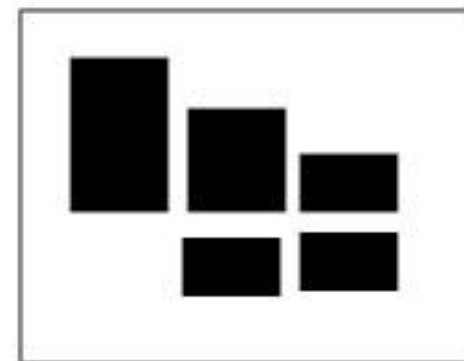
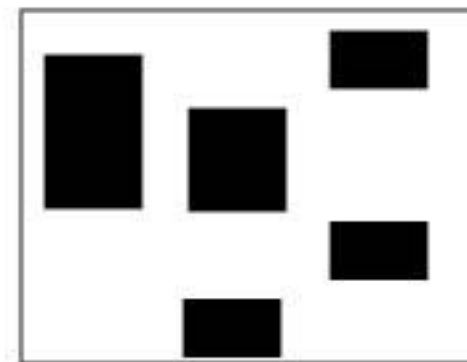
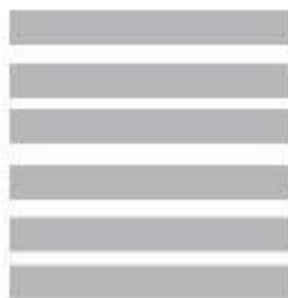
- Закон соседства (близости)



# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

- Закон выравнивания



## БЛОК 1

# 2. Принципы визуального восприятия

- Законы восприятия лежат в основе художественной композиции

(психологическое, эмоциональное восприятие)

Соотношение групп предметов, цвет и т. д. Все подчинено авторскому замыслу

см. О.Л. Голубева «Основы композиции»

# БЛОК 1

## 2. Принципы визуального восприятия

- Основные принципы композиции:
  - Целостность
  - Контраст
  - Акцент
  - Ритм
  - Доминанта — один из важных принципов

## БЛОК 1

# 2. Принципы визуального восприятия

- Дизайн это:

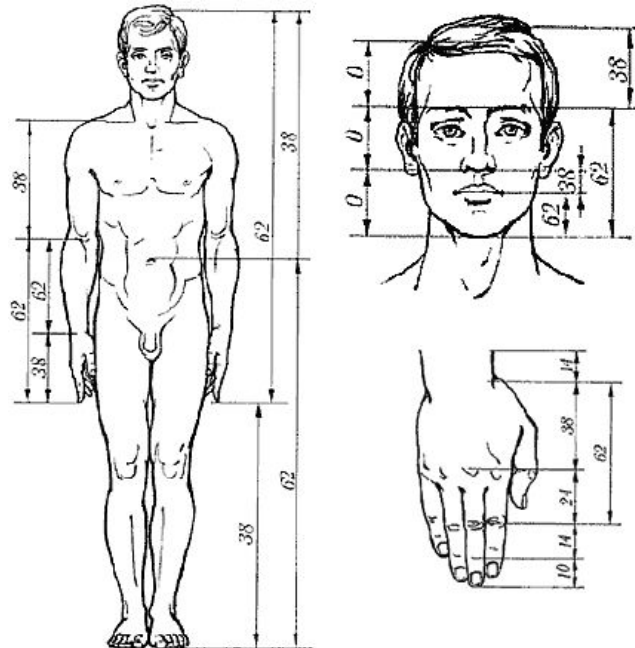


см. В. Устин «Композиция в дизайне»

# БЛОК 2

## 1. Модульная сетка

- Модуль в построении — один из способов построения композиции с учетом законов восприятия





## БЛОК 2

# 1. Модульная сетка как основа мировосприятия



В удаве 38 попугаев. Попугай – это модуль сетки!

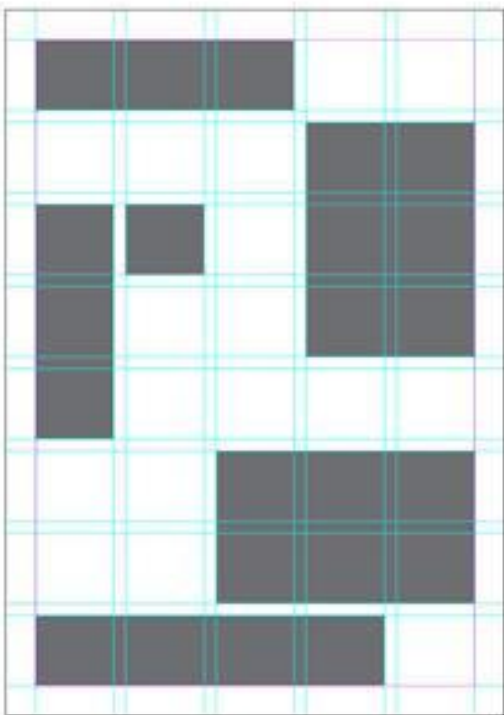
Ускорение

Единообразии

Уравновешенность

# БЛОК 2

## 2. Сетка в печатной рекламе



## БЛОК 2

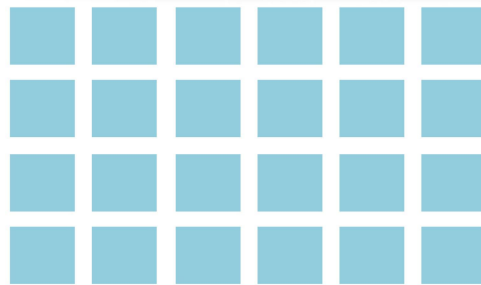
# 2. Сетка в печатной рекламе

### Виды сеток

Колончатая сетка



Модульная сетка с одинаковыми модулями



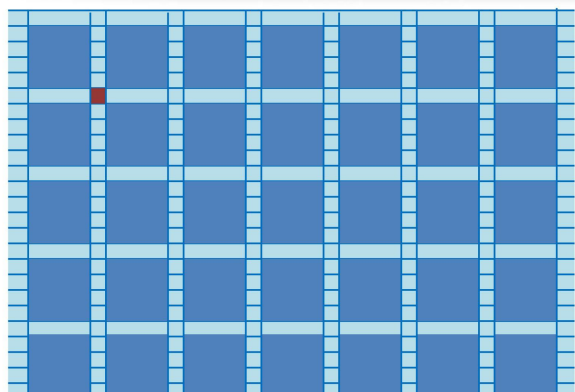
Модульная сетка с разными модулями



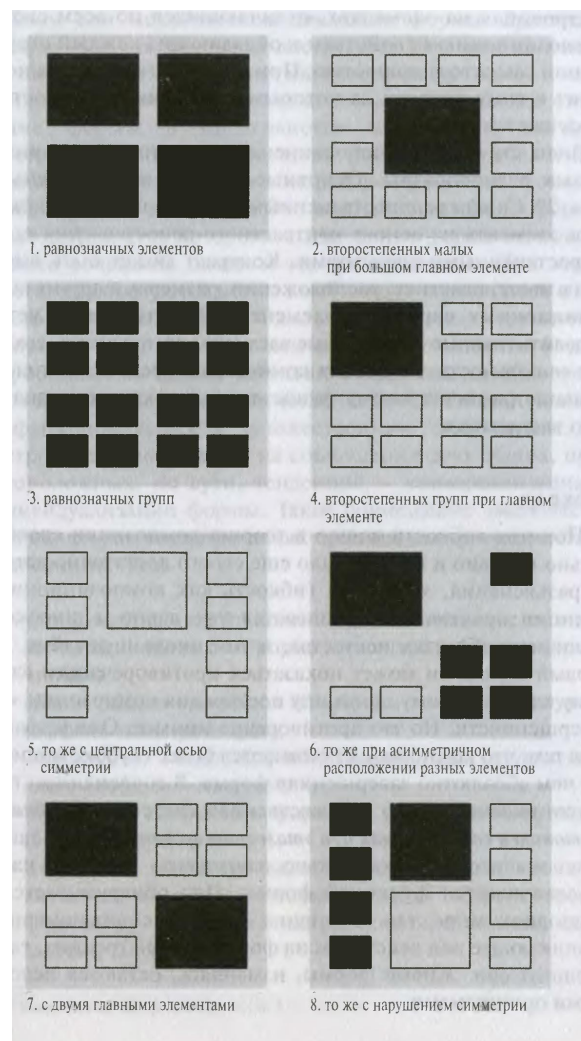
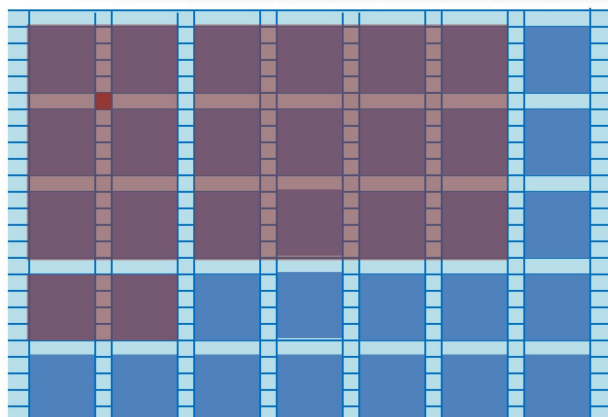
# БЛОК 2

## 2. Сетка в печатной рекламе

Определяем микромодуль



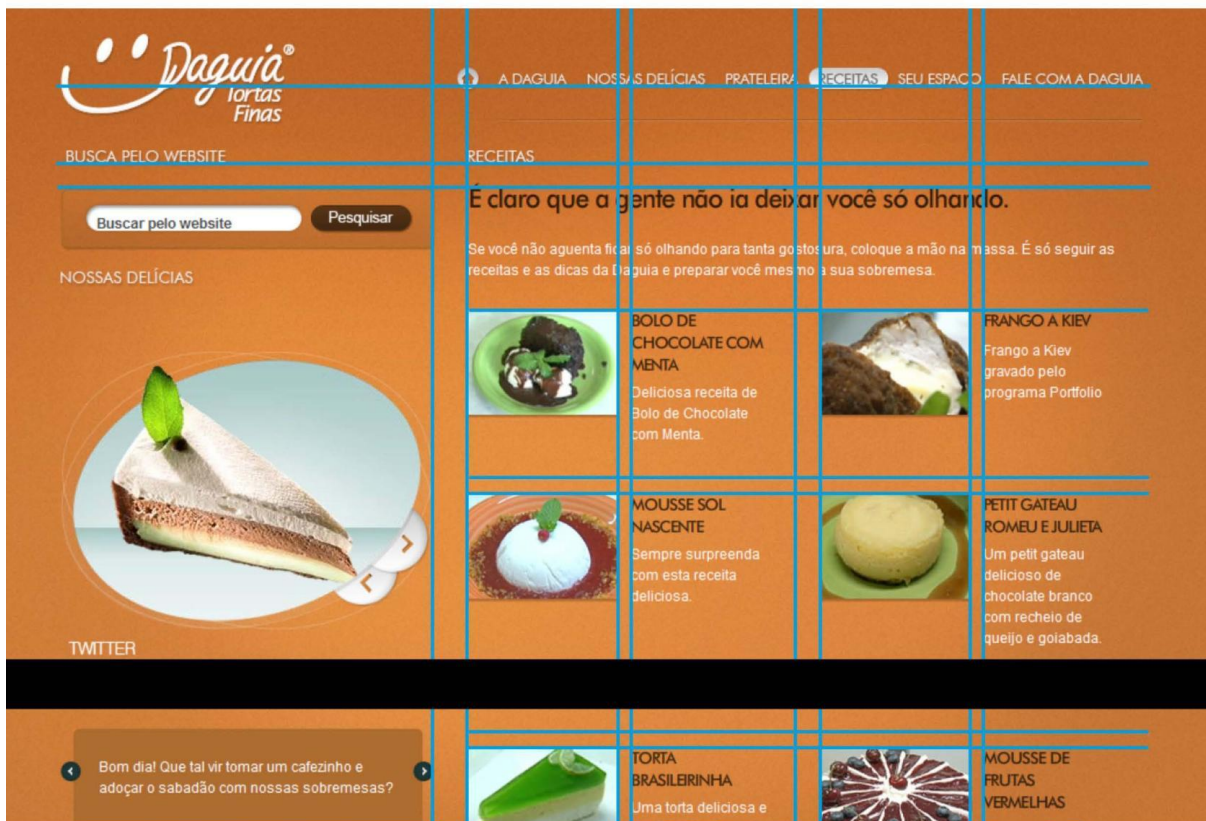
Создаем композицию





# БЛОК 2

## 3. Сетка шаблона сайтов

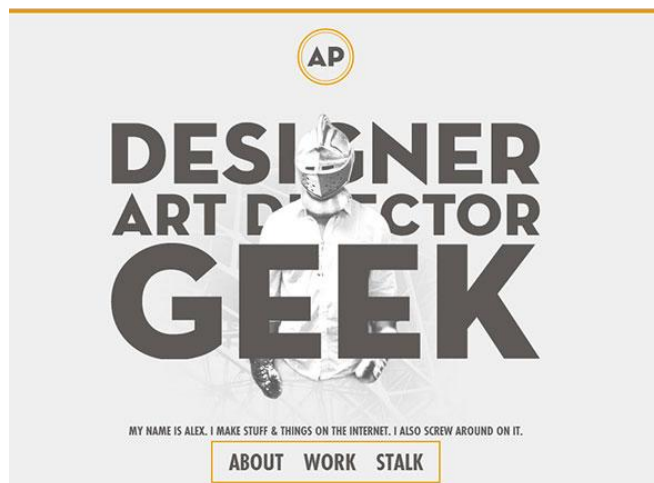


см. А. Херлберт «Сетка»

## БЛОК 2

# 4. Типографика. Шрифты

- Наука оформления. Включает работу со шрифтом и массивами текста



## БЛОК 2

# 4. Типографика. Шрифты

•Виды шрифтов:

Антиква

Гротеск

**Акцидентный**

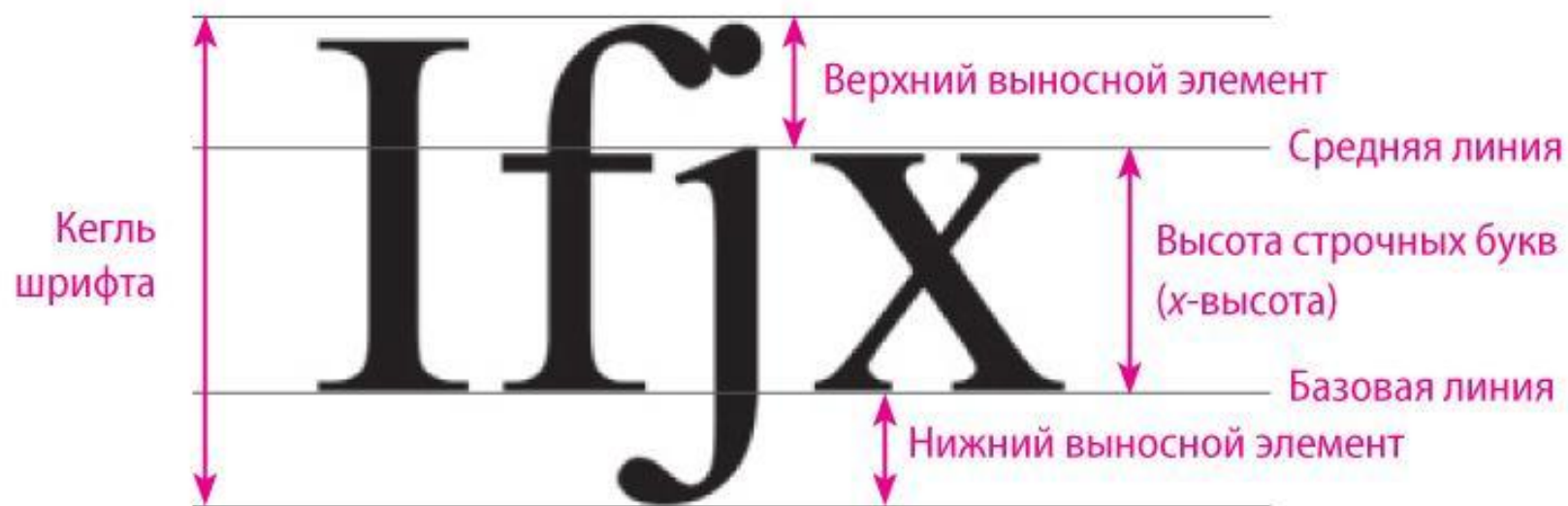
*Скрипт*

Брусковый

см. Э. Рудер «Типографика»

## БЛОК 2

# 4. Типографика. Шрифты





## БЛОК 3

# 1. Инфографика

Способ коммуникации, направленный на упрощение усвоения информации через графические образы

Это визуализация данных

- Статистика
- Хронология
- География
- Структура
- Идеи

см. М. Смикиклас «Инфографика»

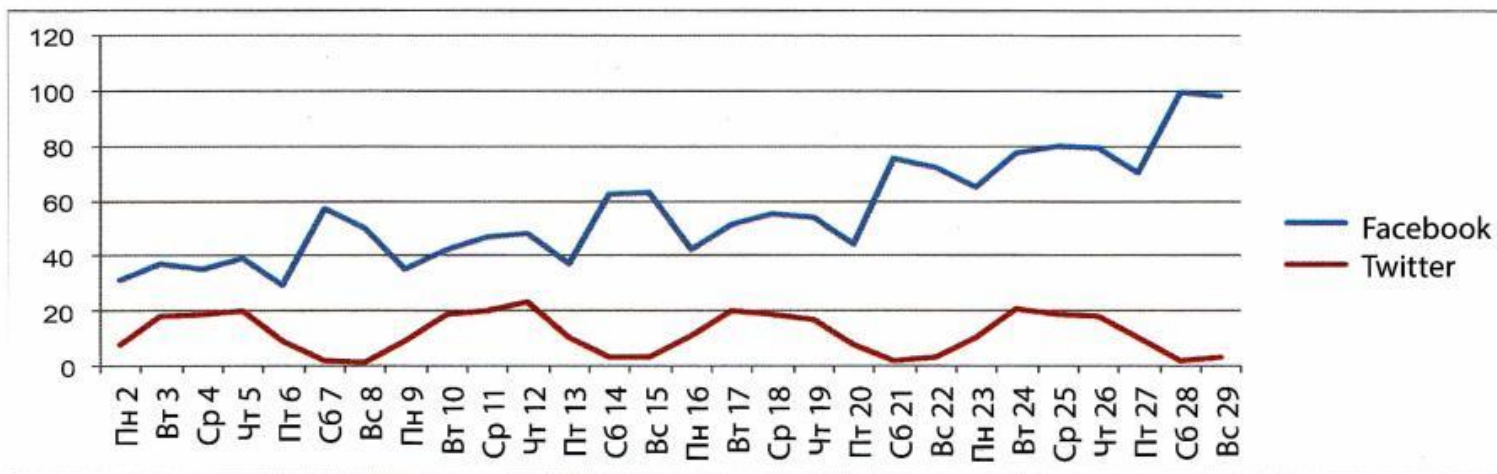
# БЛОК 3

## 1. Инфографика

| Апрель   | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
|----------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Facebook | 31 | 37 | 35 | 39 | 29 | 57 | 50 | 35 | 42 | 47 | 48 | 37 | 62 | 63 | 42 | 51 | 55 | 54 | 44 | 75 | 72 | 65 | 77 | 80 | 79 | 70 | 99 | 98 |
| Twitter  | 8  | 18 | 19 | 20 | 9  | 2  | 1  | 9  | 19 | 20 | 23 | 10 | 3  | 3  | 11 | 20 | 19 | 17 | 8  | 2  | 3  | 10 | 21 | 19 | 18 | 10 | 2  | 3  |

**РИС. 2.1**

*Таблица данных по социальным сетям*



# БЛОК 3

## 1. Инфографика



# БЛОК 3

## 1. Инфографика



**АУДИТОРИЯ:** «Мясо» вашей стратегии. Для придания информации значимости нужно затратить время на то, чтобы понять информационные нужды вашей аудитории.



**ТЕМА СОДЕРЖАНИЯ:** Вязкое, сочное информационное наполнение, которое обволакивает аудиторию. Содержание, важное для аудитории, удерживает ее.



**ТОН И ХАРАКТЕР:** Это соус! Вкус и особенность вашей информации определяется культурой и сферой деятельности. Табаско? Кетчуп? Майонез?



**ФОРМАТ СОДЕРЖАНИЯ:** Смесь специй для содержания, которая придает вашей стратегии разнообразие и индивидуальный характер.



**БУРГЕР:** Цифровые каналы, которые служат платформой для стратегии распространения вашего содержания и оформляют его в единое целое.

## БЛОК 3

# 2. Логотип

Основной элемент визуального представления современной цивилизации.

Его функция в представлении чего-либо.

Это не просто набор графических элементов, это совокупность, взаимосвязанных элементов, наделенных неким смыслом

Логотип — это идеология

см. <https://www.logolounge.com>

# БЛОК 3

## 2. Логотип





# БЛОК 3

## 2. Логотип

Тренды логотипов в 2014 г.

Моно-герб



HEY MONKEY!  
URBAN SUGAR MOBILE CAFE



MAKE & MATTER  
COTERIE MARKET



SECOND STREET CREATIVE  
VORDERMAN VOLKSWAGEN



THE GENERAL DESIGN CO.  
BANDOLERO



SEAN HEISLER DESIGN  
TATUANA TRADING COMPANY



GEARBOX  
VALOR + FORGE



KOMMUNIKAT  
APARTMENTLESS



MOONLIGHT CREATIVE GROUP  
SEE THE MATRIX

# БЛОК 3

## 2. Логотип

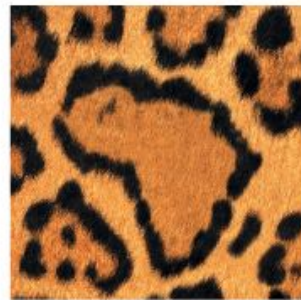
Тренды логотипов в 2014 г.

География

Плоские грани



CROSTHELIME  
MILK CUPS



FORMFARM CREATIVE  
AFRICA



MT ESTUDIO  
MULTIPURPOSE TERMINAL



HANGINGTANGDESIGN  
SAINTY SOLAR



WOX  
BRASILEIRA BEER



THE CREATIVE METHOD  
THE NEW ZEALAND CHEESE SCHOOL



FOCUS LAB, LLC  
DIAMOND



LANDOR  
RUSSKAYA MEDNAYA KOMPANIYA



# БЛОК 3

## 2. ЛОГОТИП

Тренды логотипов в 2014 г.

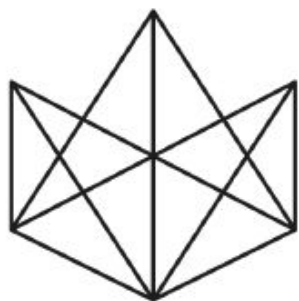
Каркас



O' RIORDAN DESIGN  
ALLCAST



STILISTICA STUDIO  
GLAVPROMEKSPERTIZY



OLEG PETERS  
PRIME (B/W SIGN)



elvtn

MOTER  
ELVTN

Таблички



VERVE DESIGN  
SKYFOTO 2



MONSTROS & CIA  
WOOLHOUSE



B\_WERK MARKENARCHITEKTUR GMBH  
AMERICAN EDUCATION



ONY  
VOLGA FILM

# БЛОК 3

## 2. Логотип

Привет из 90-х)))



# БЛОК 3

## 2. Логотипы городов



**ОМСКАЯ  
ОБЛАСТЬ**

ТЕРРИТОРИЯ  
УДИВИТЕЛЬНЫХ  
ВОЗМОЖНОСТЕЙ



**OMSK  
REGION**

ТЕРРИТОРИЯ  
УДИВИТЕЛЬНЫХ  
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

UNIQUELY  
*Singapore*

