

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

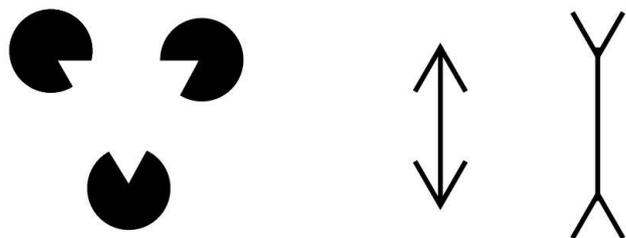
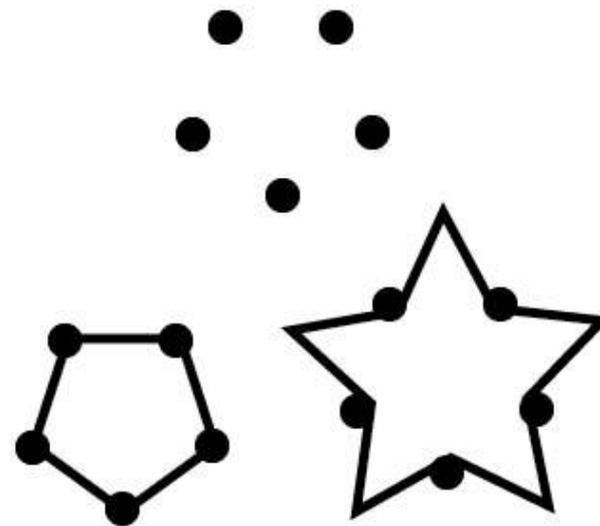
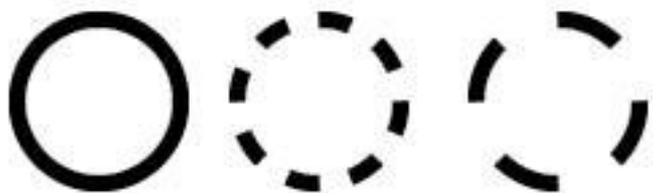
1. Психология восприятия

- 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

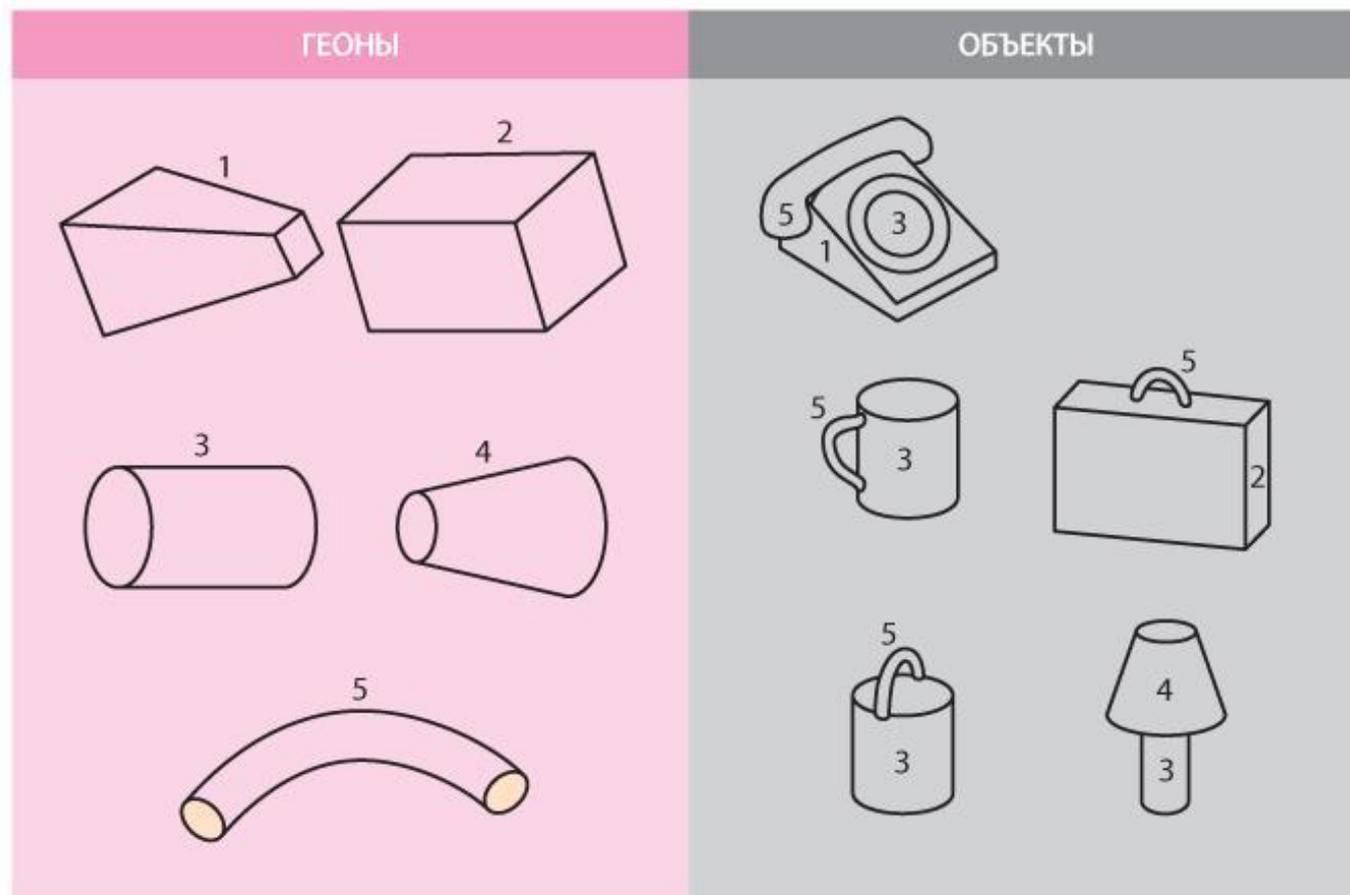
- Закон завершения



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

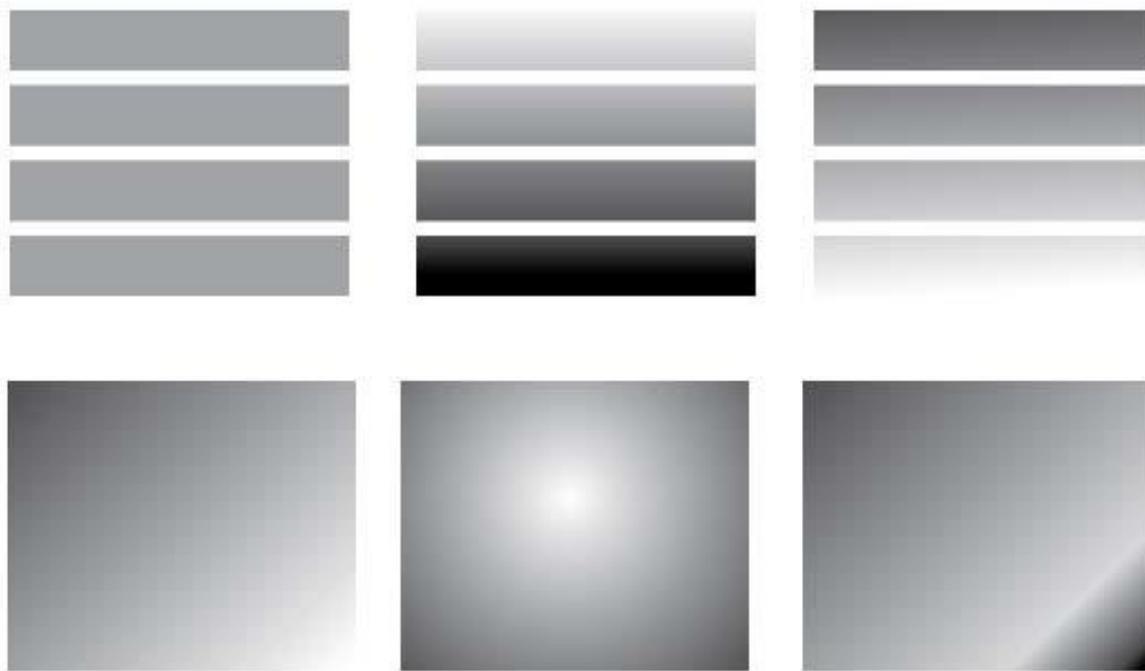
Люди отождествляют объекты с узнаваемыми образами



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

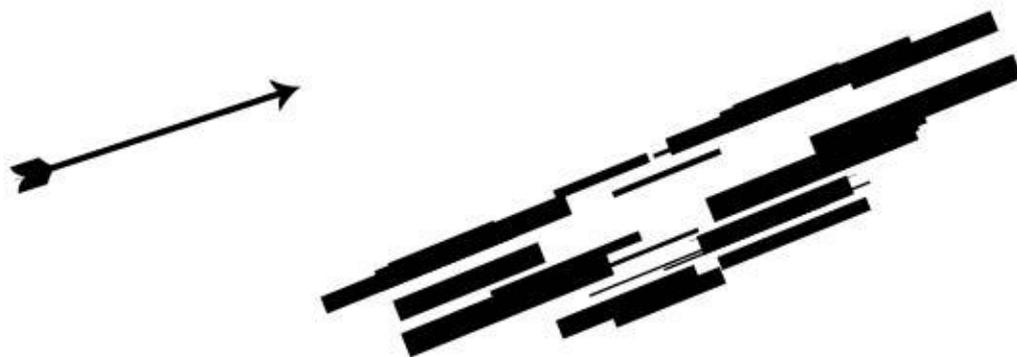
- Закон направления движения:
 - От темного к светлому



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

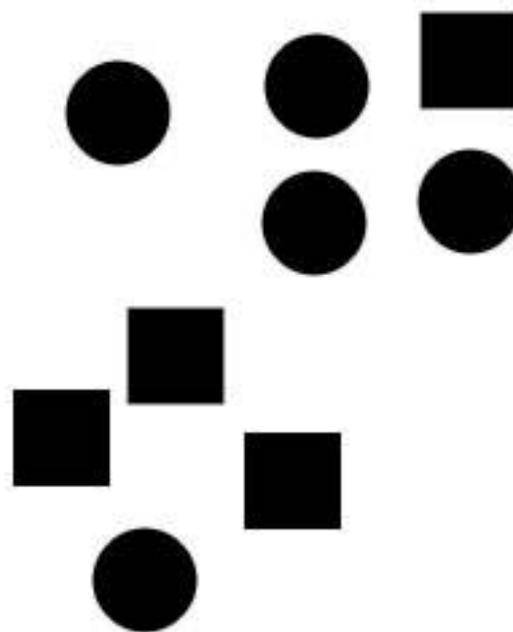
- Закон направления движения:
 - Продолжение обзора в выбранном направлении



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

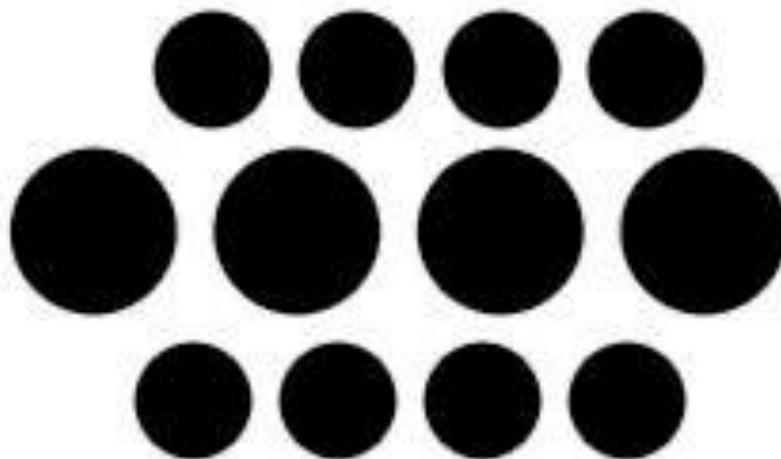
- Закон подобия (похожести)
 - Подобие по форме



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

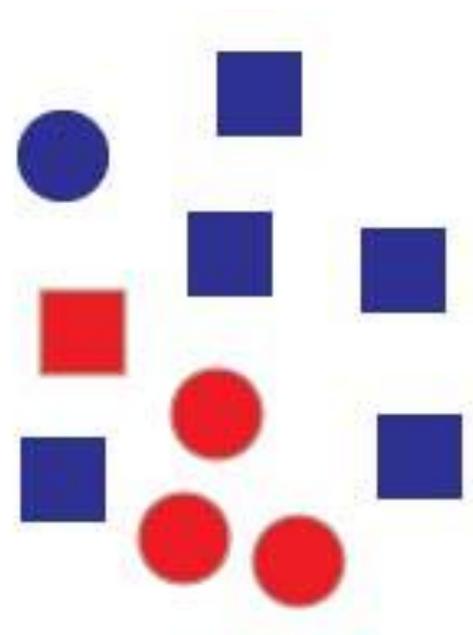
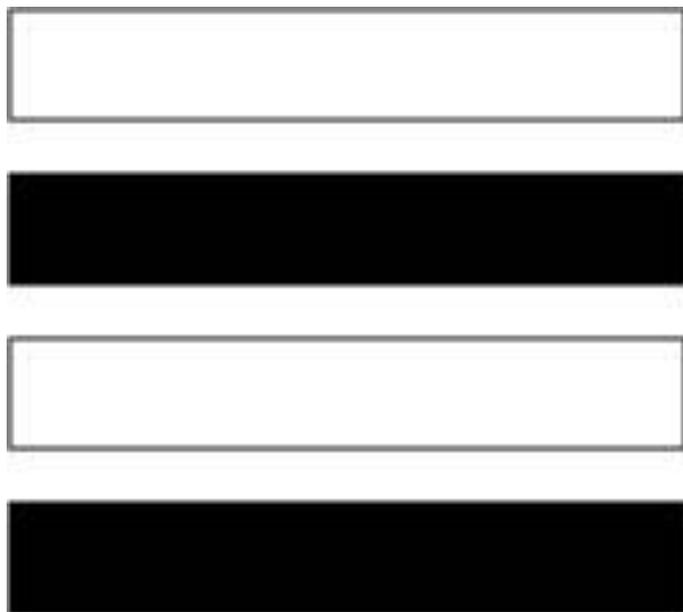
- Закон подобия (похожести)
 - Подобие по размеру



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

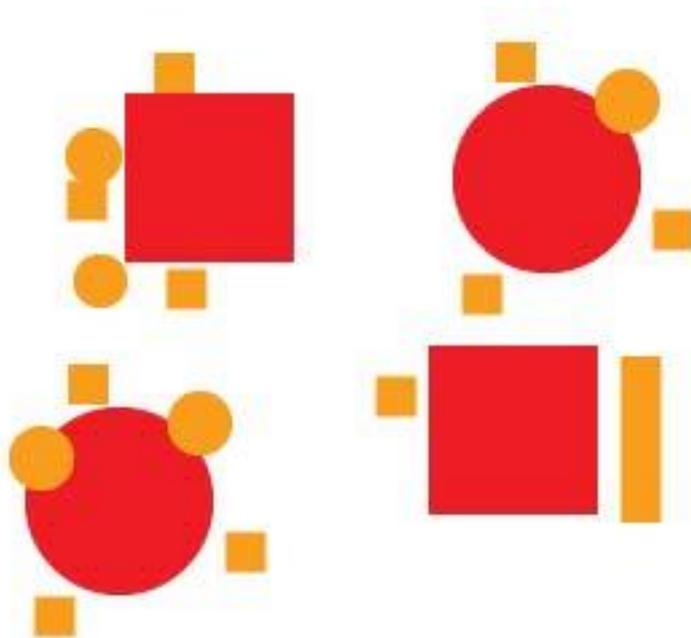
- Закон подобия (похожести)
 - Подобие по цвету (светлоте)



БЛОК 1

2. Принципы визуального восприятия

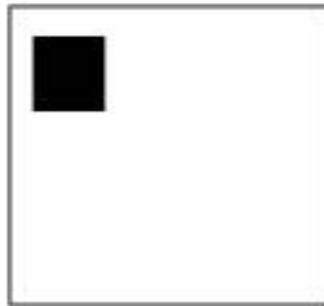
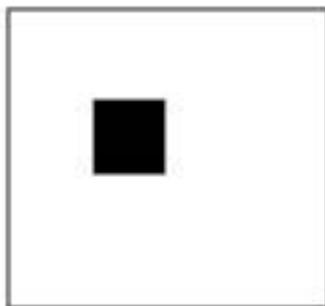
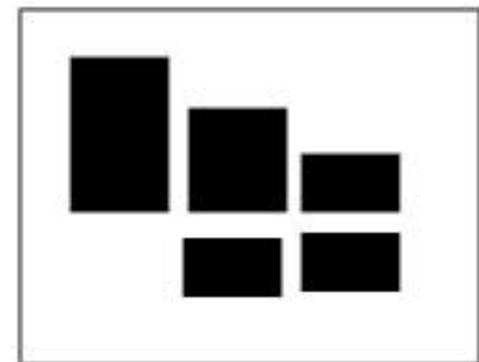
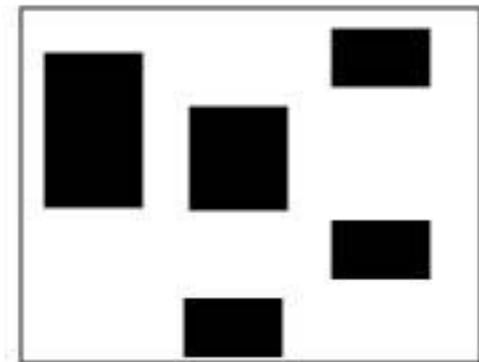
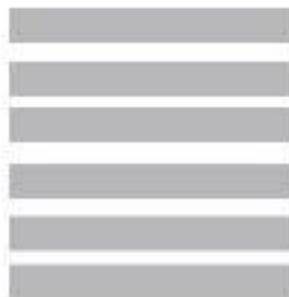
- Закон соседства (близости)



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:

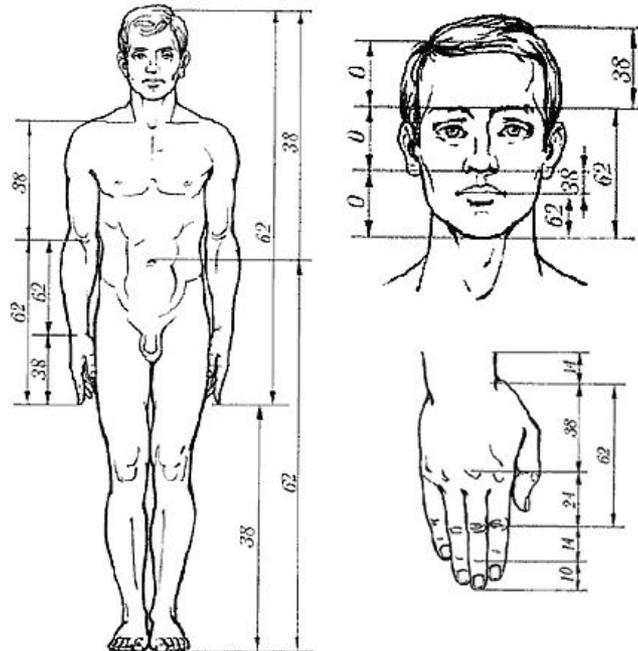


см. В. Устин «Композиция в дизайне»

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!

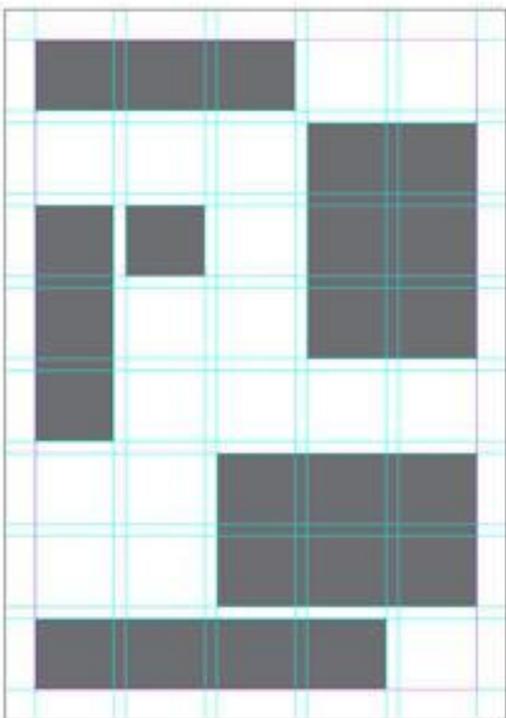
Ускорение

Единообразии

Уравновешенность

БЛОК 2

2. Сетка в печатной рекламе

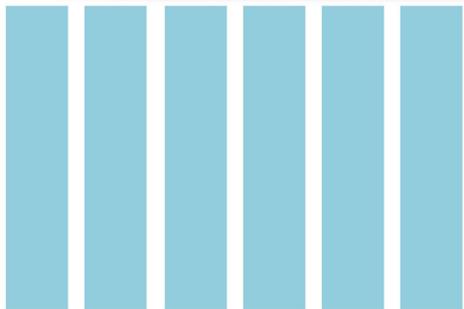


БЛОК 2

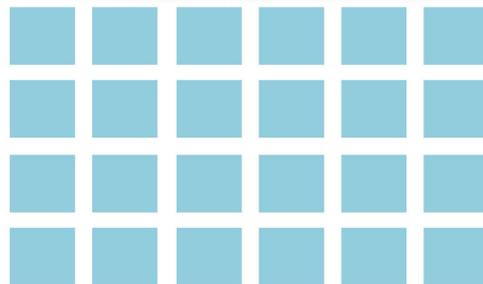
2. Сетка в печатной рекламе

Виды сеток

Колончатая сетка



Модульная сетка с одинаковыми модулями



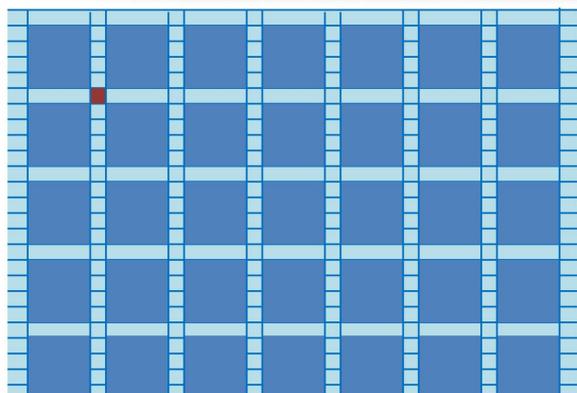
Модульная сетка с разными модулями



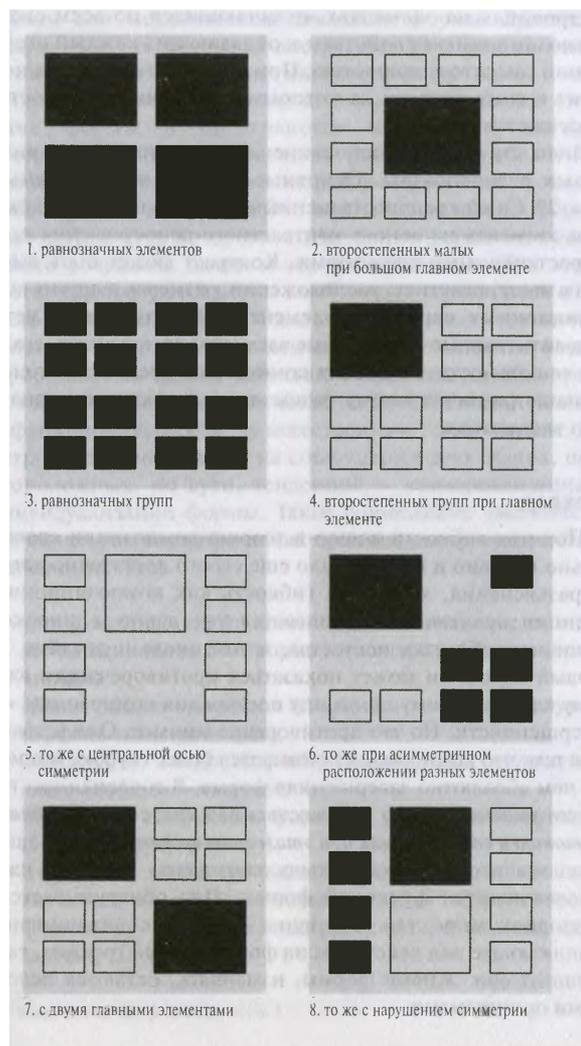
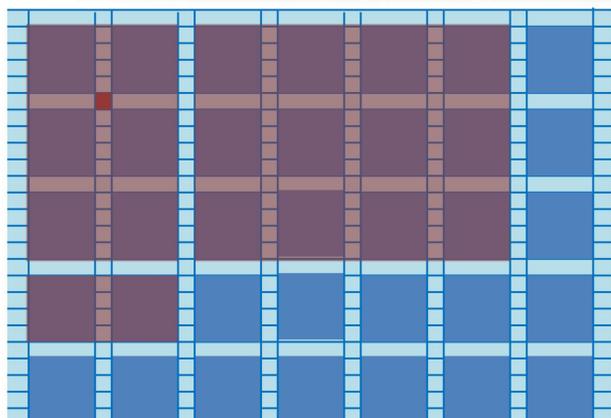
БЛОК 2

2. Сетка в печатной рекламе

Определяем микромодуль

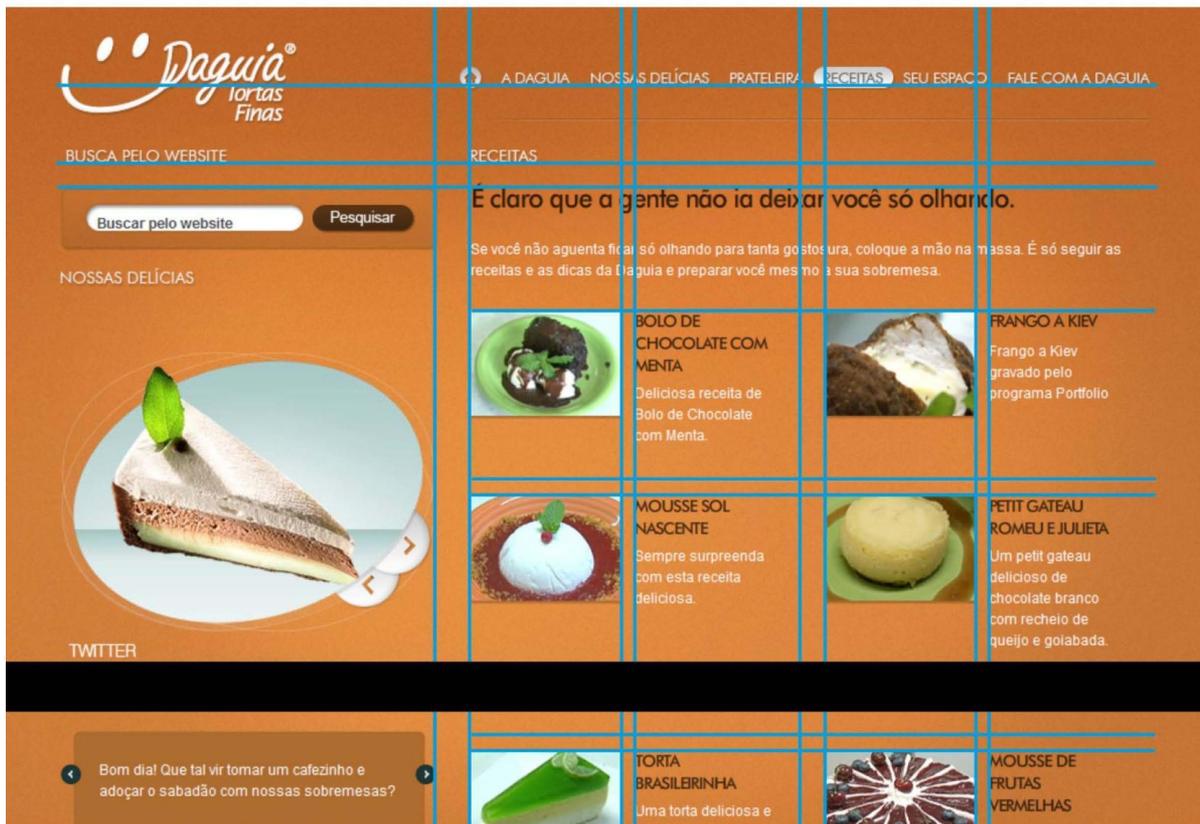


Создаем композицию



БЛОК 2

3. Сетка шаблона сайтов

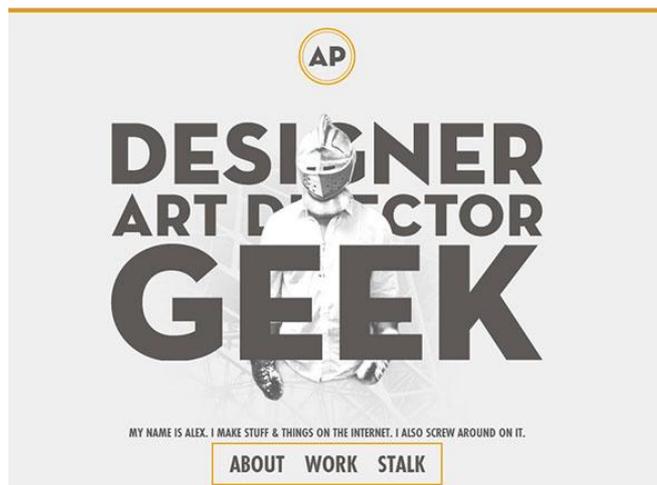


см. А. Херлберт «Сетка»

БЛОК 2

4. Типографика. Шрифты

- Наука оформления. Включает работу со шрифтом и массивами текста



БЛОК 2

4. Типографика. Шрифты

•Виды шрифтов:

Антиква

Гротеск

Акцидентный

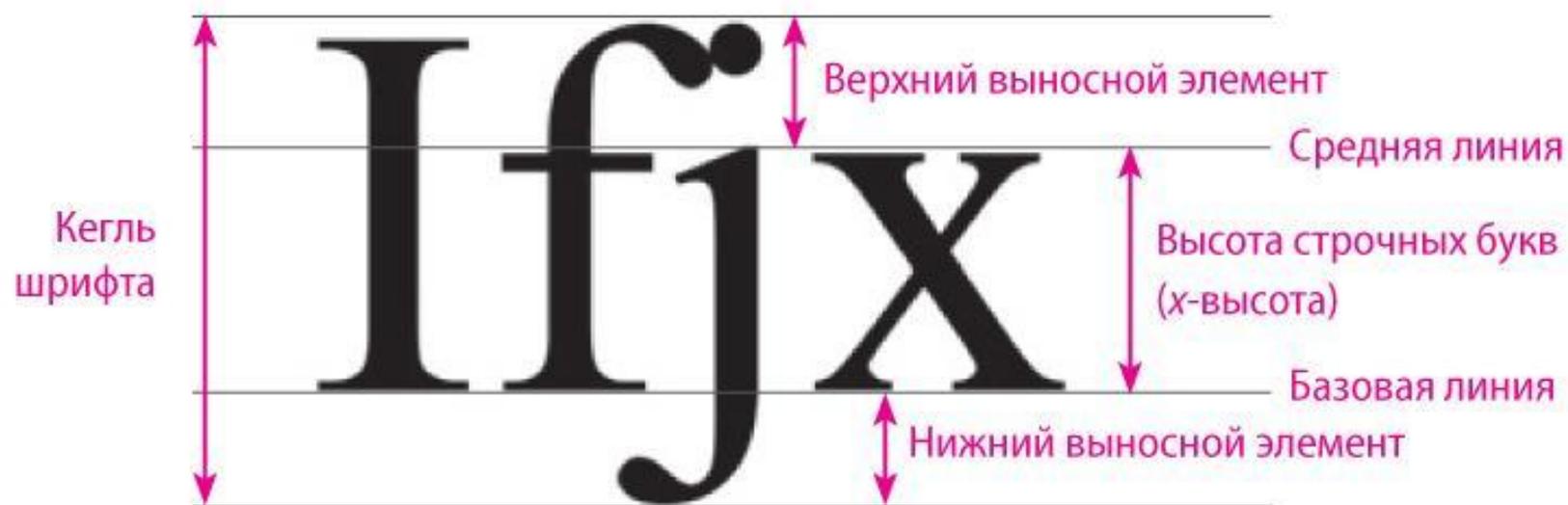
Скрипт

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»

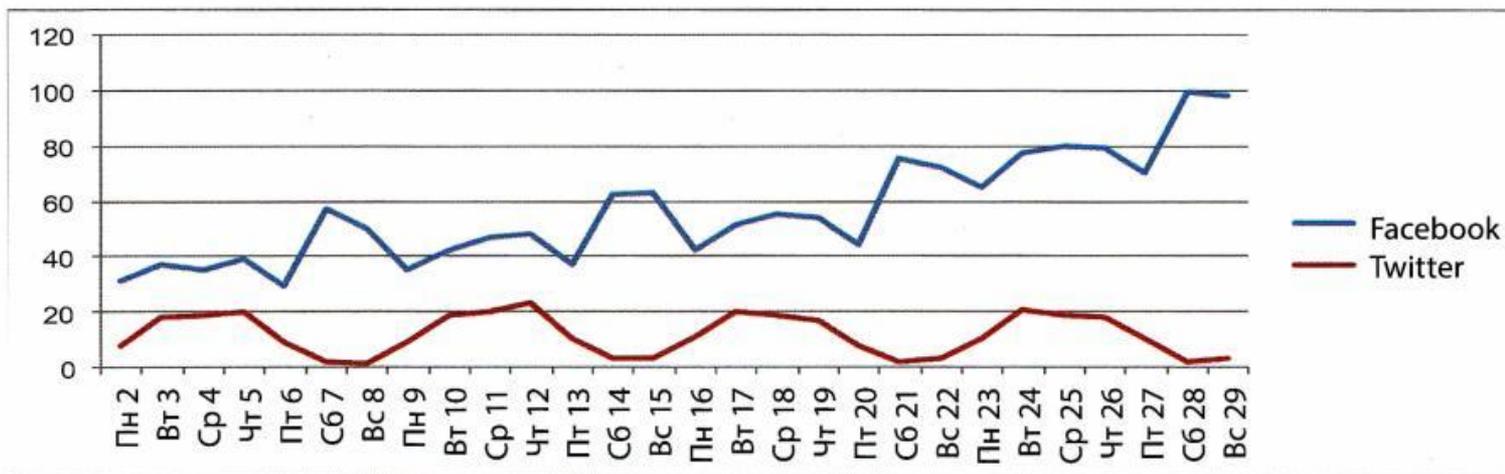
БЛОК 3

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 — представление 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



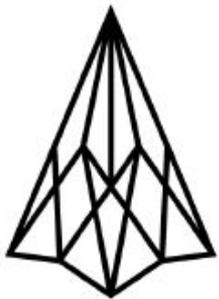
LANDOR
RUSSKAYA MEDNAYA KOMPANIYA

БЛОК 3

2. ЛОГОТИП

Тренды логотипов в 2014 г.

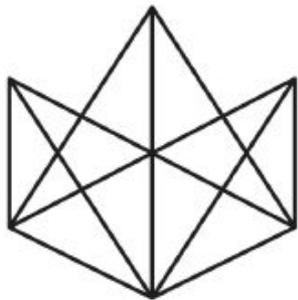
Каркас



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

