

ШРИФТ В 3D ПРОСТРАНСТВЕ



ТИПОГРАФИКА ПОСТМОДЕРНИЗМА

типографика ПОСТМОДЕРНИЗМА

ШРИФТ В 3D ПРОСТРАНСТВЕ

Новосибирск 2015

ББК 85.158973-1+37.8973-1
УДК 655(075.8)+745(075.8)

Авторы: В. В. Древин
Текст: В. В. Древин

В пособии приводятся теория вопроса, задания и подробные методические рекомендации к их выполнению. Работа предназначена для студентов, изучающих дисциплины «Типографика», «Шрифт», «Проектирование в графическом дизайне».

ББК 85.158973-1+37.8973-1
УДК 655(075.8)+745(075.8)

© Древин В.В. 2015
© Рагулина А.А. Дизайн, верстка, 2015
© ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный педагогический университет», 2015

ШРИФТ В 3D ПРОСТРАНСТВЕ

Переход к постмодернистической парадигме во многом связан с технологическими изменениями. Главным рабочим инструментом дизайнера графика стал компьютер. Быстрое развитие цифровых технологий дало в руки дизайнера комплекс новейшего инструментария (графические планшеты, сканеры, принтеры, цифровые фотоаппараты и др.) и комплект постоянно усложняющихся программных продуктов, предлагающих новые возможности по обработке изображений, в том числе и с 3D технологиями. Все это позволило перейти на новый уровень сложности дизайна с использованием всех возможностей и эффектов, предлагаемых современной техникой.

Если сравнивать классическую, модернистическую и постмодернистическую парадигмы, то заметим усложнение выразительного языка дизайна и различное отношение к изображаемому пространству внутри листа. Пространственная организация может быть плоской (одноплановой), многоплановой (многослойной) и объемной. Уравновешенное пространство классики формировалось вокруг одной оси – оси симметрии. Модернизму потребовалась динамика, для которой необходимо как минимум две оси. Новые технологии позволили постмодернизму стать «объемным», то есть появилась третья ось – ось глубины. Как искусственный образ графика неизбежно вызывает работу воображения, и, чтобы образ проник в сознание, необходимо лишь, чтобы он связался с привычным пространственным представлением. Глубина кстати, вполне, согласуется с современными технологиями виртуальности в интернете. Третья



Классика

Модернизм

Постмодернизм

ось обеспечивает пространственную ориентацию элементов композиции, в результате добавления нового измерения глубина увеличивается содержательность графики. Глубина не всегда необходима, но она всегда повышает выразительность языка рекламы. Например, «Мегафон» и «Сбербанк» добавили объемности своим товарным знакам (ранее плоским).

«Глубина» может быть создана с помощью характеристик, которые действуют как пространственные ориентиры:

1. Многослойность (оверлепинг), когда элементы композиции находятся друг за другом, частично перекрывают друг друга.

2. Транспарентность (прозрачность), когда сквозь передние слои просвечивают находящиеся дальше.

3. Линейная перспектива (фронтальная, угловая, наклонные с тремя точками схода, так называемые «лягушачья» и с высоты птичьего полета), когда используются линейные сокращения уходящих вглубь фигур или других элементов.

4. Объемность, когда имитируется видимая «реальность» трехмерных объектов.

5. Окна отверстия, когда перекрытие активное, но в переднем слое имеются отверстия, через которые мы частично видим находящиеся в глубине.

6. Падающие тени, создающие иллюзию пространства при использовании одного слоя от которого отбрасывается тень на какую-либо плоскость или часть ее.

7. Характеристики, связанные

с проявлениями воздушной перспективы: а) чем ближе объект, тем четче его контуры, шире линия, ярче краски, четче проработаны детали и текстура, а также больше размер; б) чем дальше, тем более размыты контуры, меньше размеры, уменьшение проработки или отсутствие текстуры, менее активны линии, слабее (светлее) оттенки цвета, цветовая раскраска обобщеннее и уход ее в голубые оттенки (цвет воздуха).

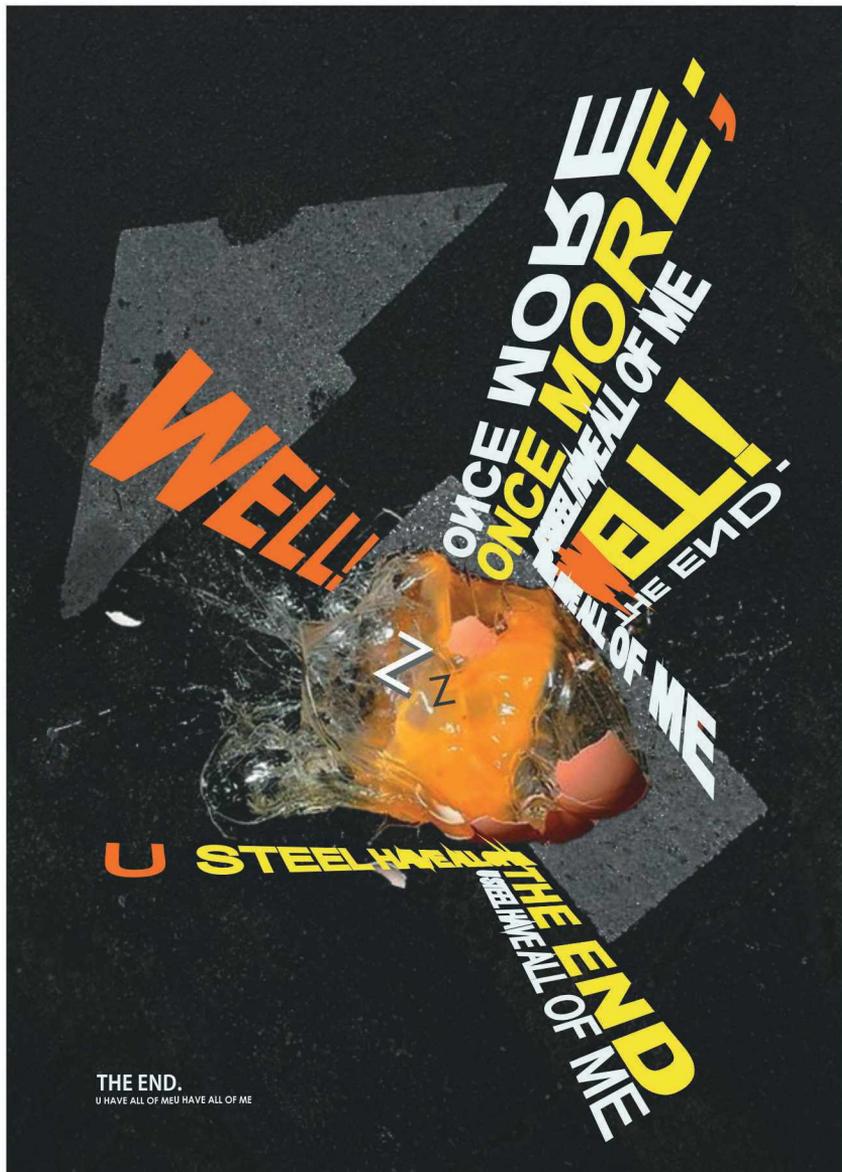
8. Светотень, т.е. имитация различной освещенности различных участков формы.

9. Использование известных из опыта размерных отношений для выявления расстояний между ними (например, соотношение величины яблока и дерева) и др.

Наиболее выразительная передача объемного пространства достигается взаимодействием нескольких характеристик перечисленных выше в сочетании с линейной перспективой. Необходимо выполнить шрифтовой плакат (А3), наиболее ярким выразительным средством, которого будет передача глубины пространства. Необходимо сделать это настолько активно и оригинально, насколько позволит вам ваша фантазия и креативность мышления.

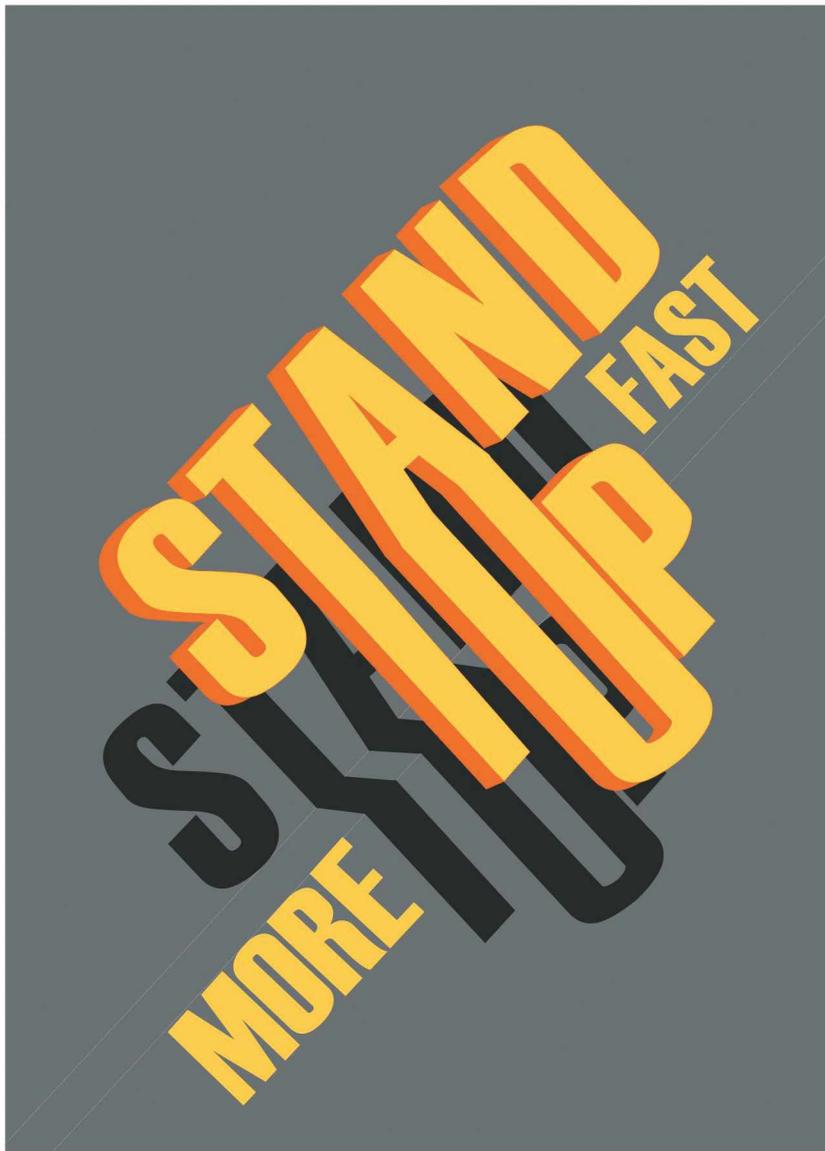


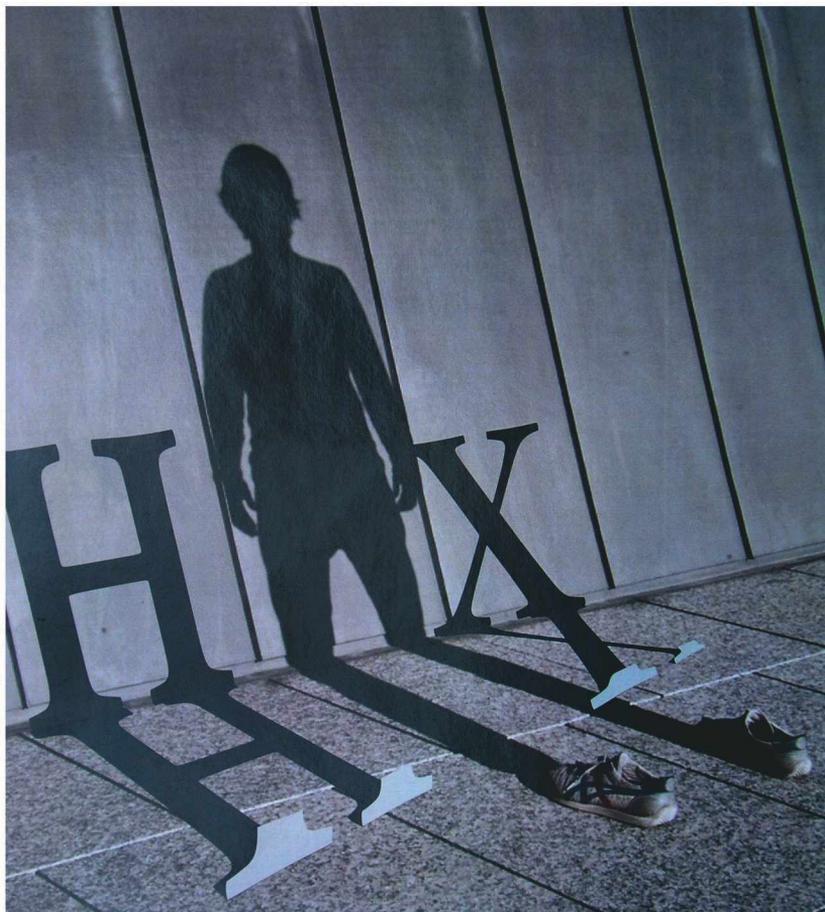


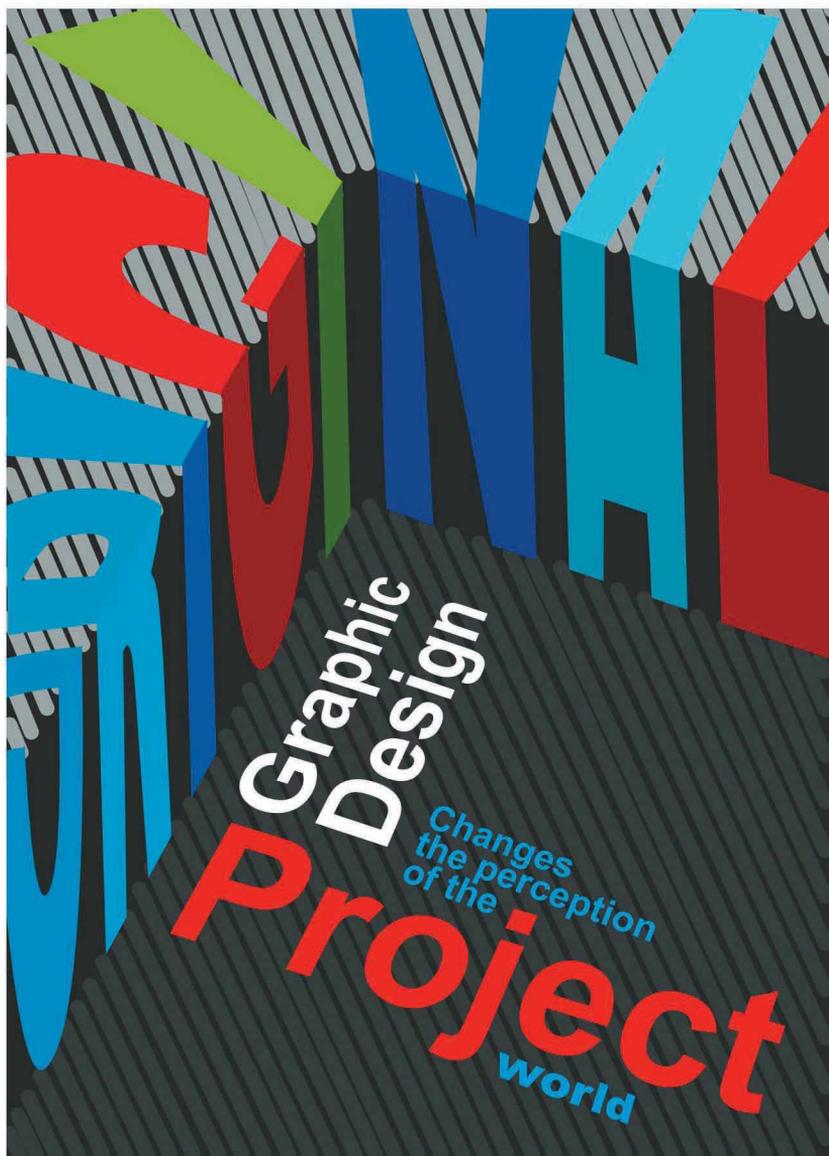




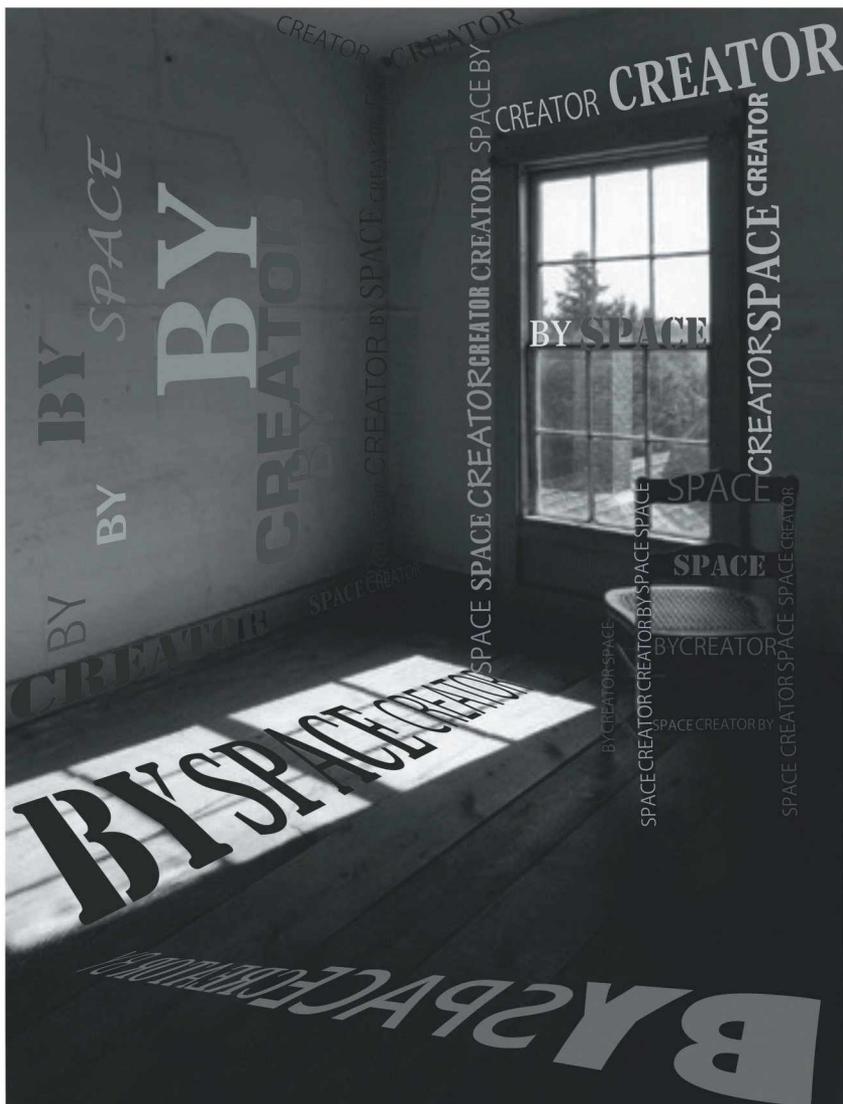


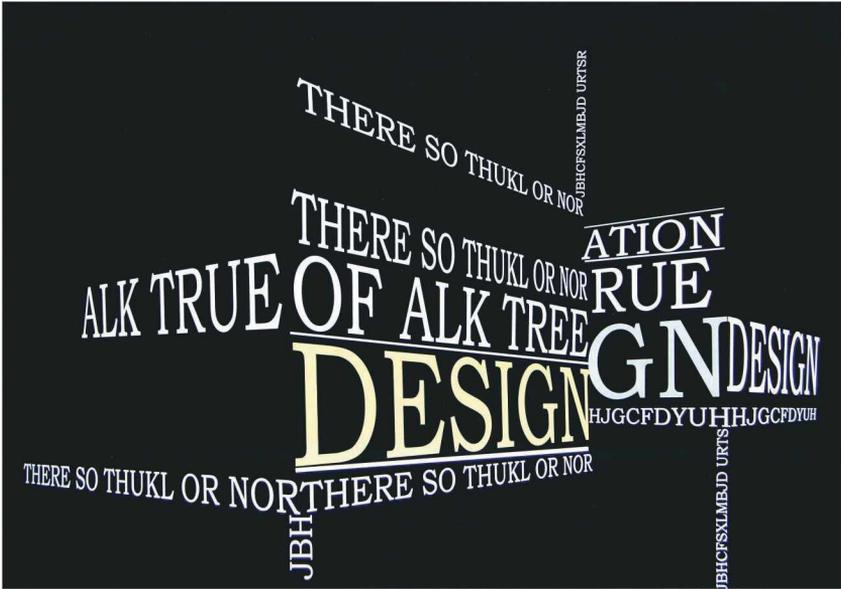


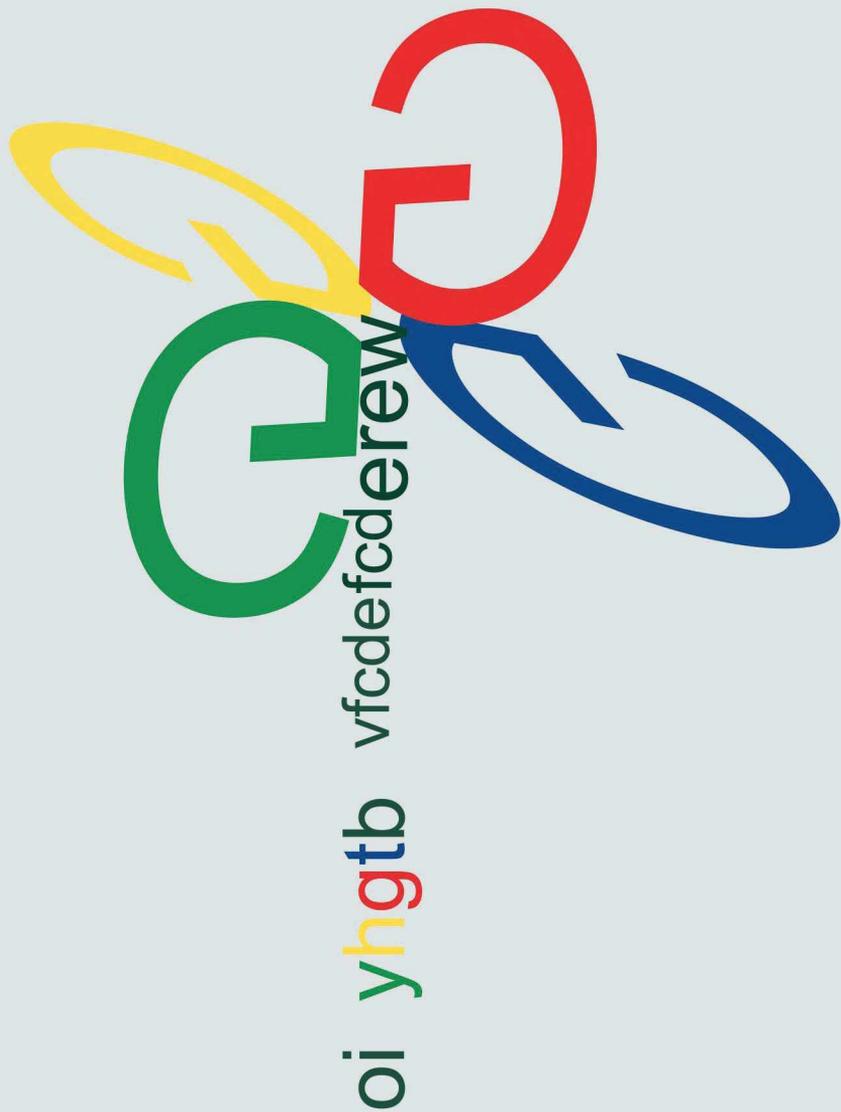












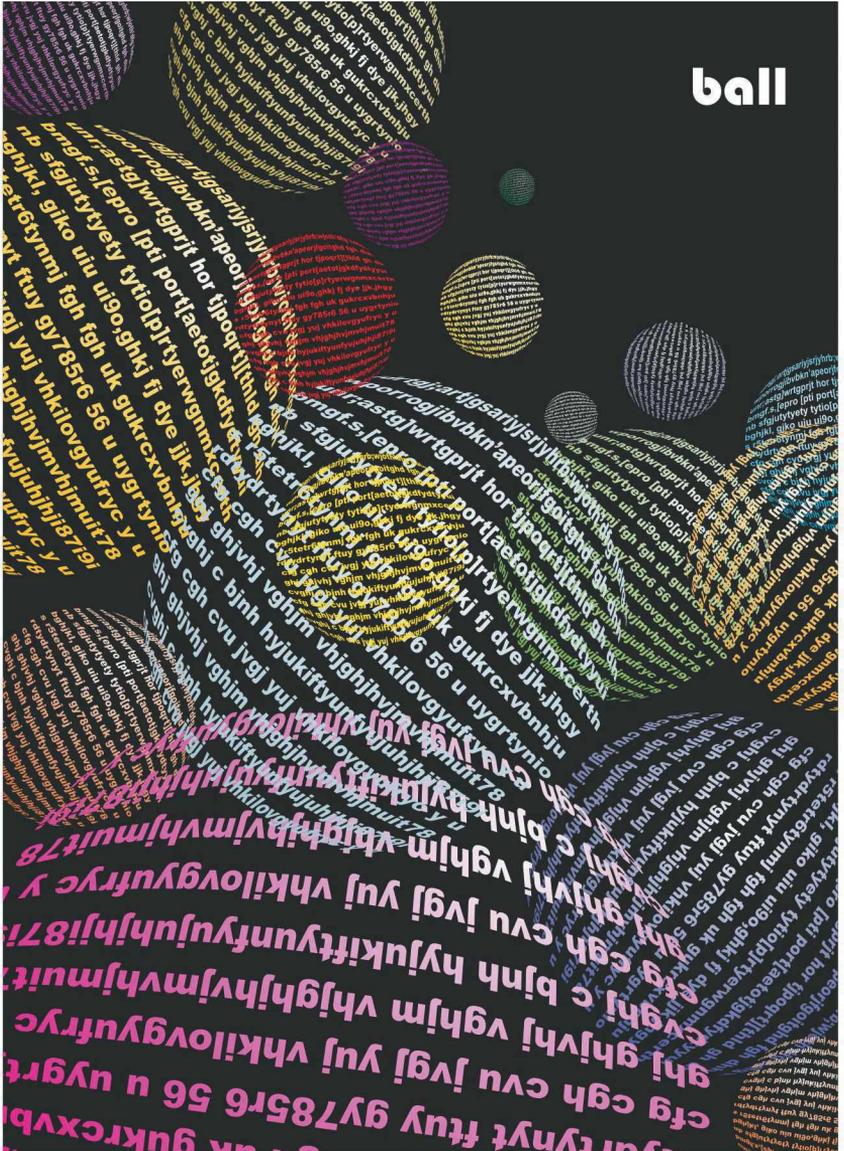


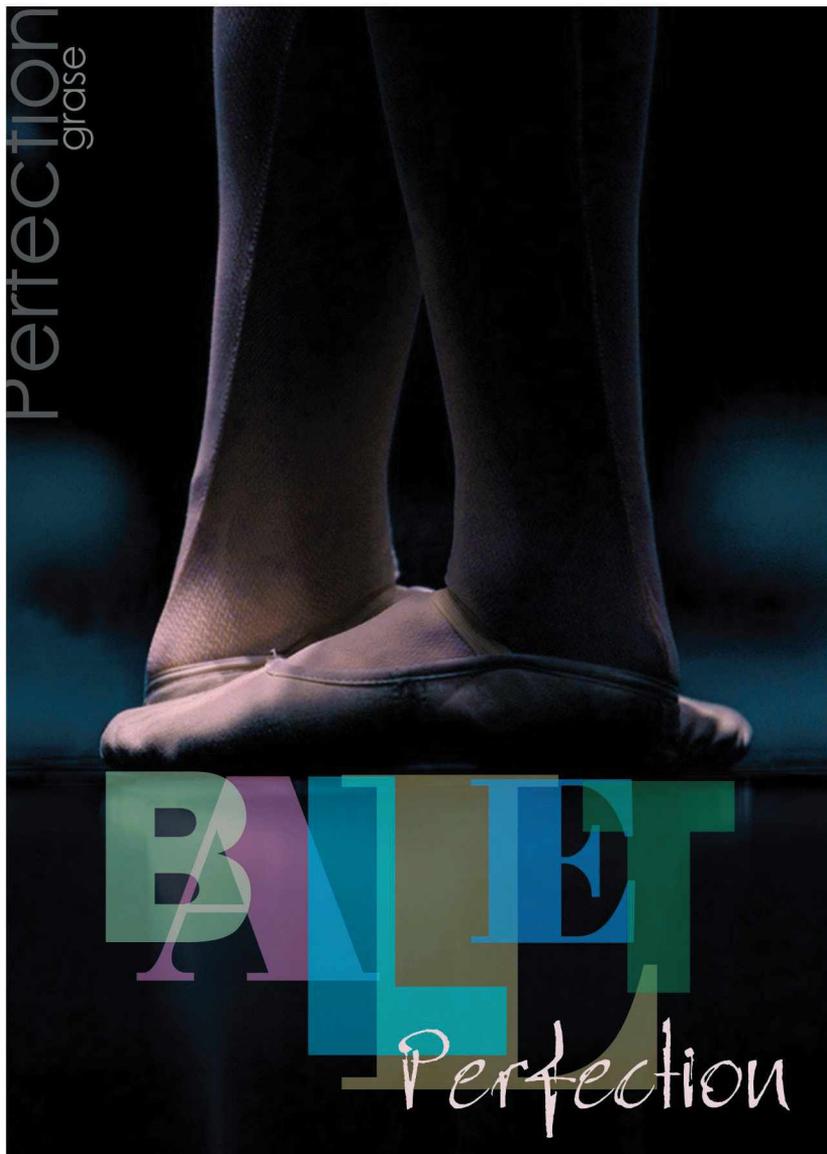


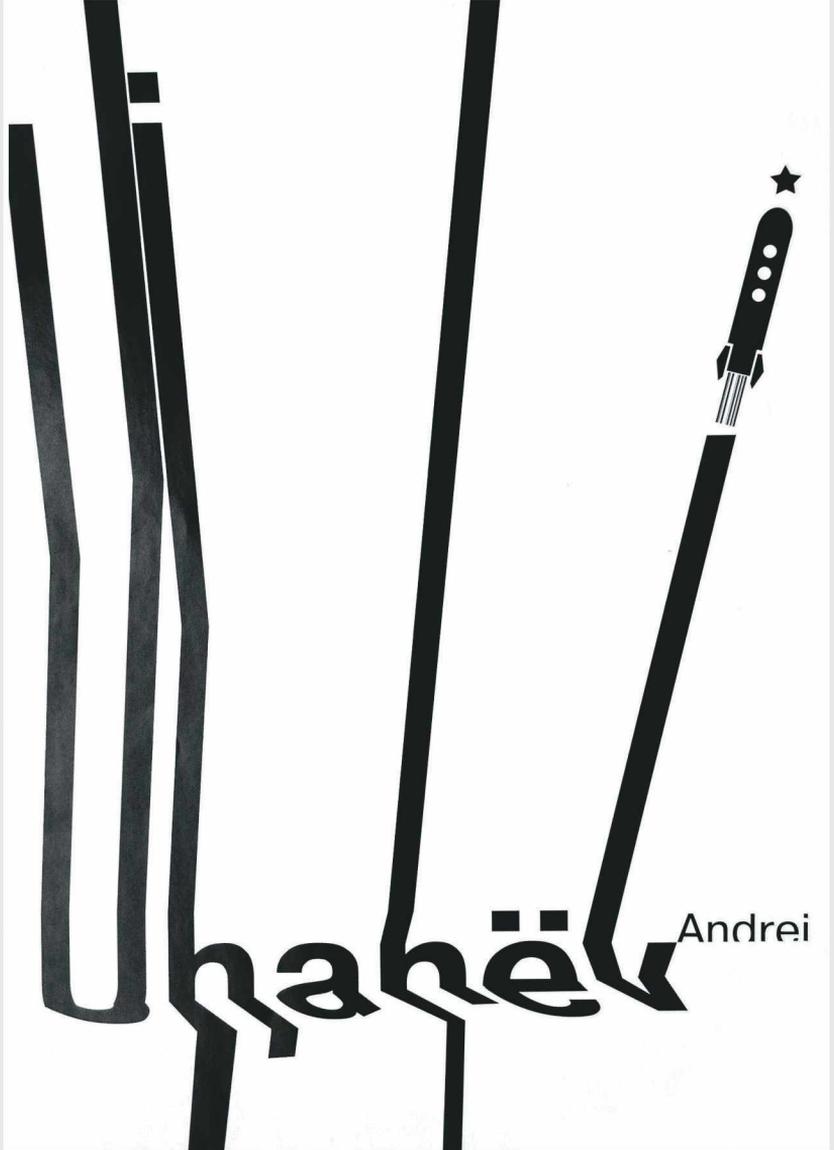












Andrei





Особая благодарность студентам, предоставившим свои работы:

Андрюшина Анна
Валеева Алсу
Замосковцева Татьяна
Иванов Дмитрий
Каланакова Анастасия
Клочко Анастасия
Ковалевская Наталья
Колупахина Ольга
Колчина Валентина
Копцев Евгений
Крафченко Дарья
Логунова Наталья
Минченко Полина
Перлина Мария
Райзвих Никита
Расеева Юлия
Рогалевич Лина
Рябина Арина
Сагачева Юлия
Соколова Ольга
Степанова Виктория
Струк Евгения
Юркова Адена
Уханёв Андрей
Яровой Артем

**ТИПОГРАФИКА ПОСТМОДЕРНИЗМА
ШРИФТ В 3D ПРОСТРАНСТВЕ**

методические рекомендации

Компьютерная верстка Рагулина А. А.

В оформлении обложки использованна работа Петра Банкова

Педуниверситет, 630126, Новосибирск, Вилуйская, 28