

Типографика в работе графического дизайнера

Шарикова Марина Владимировна

Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема

Студент

Аннотация

В данной статье рассматривается эволюция и влияние типографии в работе дизайнера-графика. Исследуется история развития типографии начиная с XV века, выявляя ее взаимосвязь с современными тенденциями в графическом дизайне. Освещается технологический сдвиг в сфере типографии и его воздействие на методы работы дизайнера, подчеркивая важность адаптации к современным инструментам.

Ключевые слова: типографика, шрифт, графический дизайн, история типографии, эволюция шрифтов, дизайнер.

Typography in the work of a graphic designer

Sharikova Marina Vladimirovna

Sholom-Aleichem Priamursky State University

Student

Abstract

This article examines the evolution and influence of typography in the work of a graphic designer. The history of the development of typography since the XV century is investigated, revealing its relationship with modern trends in graphic design. The technological shift in the field of typography and its impact on the designer's working methods are highlighted, emphasizing the importance of adapting to modern tools.

Keywords: typography, font, graphic design, history of typography, evolution of fonts, designer.

1 Введение

1.1 Актуальность

Актуальность данной темы выражается в современной динамике графического дизайна и важности типографии в этом контексте. Развитие технологий, появление новых требований рынка и изменения в потребительском поведении подчеркивают необходимость постоянного обновления знаний и навыков графического дизайнера в области типографии.

Статья о типографике в работе графического дизайнера актуальна в контексте углубленного понимания и использования этого элемента в современных тенденциях графического дизайна, что является неотъемлемой частью успешной профессиональной деятельности в данной области.

1.2 Обзор исследований

Исследование фокусируется на выявлении роли и влияния типографии в сфере графического дизайна в работе Дж. Феличи «Типографика» [2], Е.В. Курилкина в своей научной публикации «Основы классического шрифта в современном графическом дизайне» рассматривает эволюция типографии от XV века до современности, подчеркивая важность его адаптации к технологическим изменениям и новым требованиям рынка [3] Так же К. Ньюарк в своей статье «Что такое графический дизайн?» исследует влияние технологических изменений на типографию и на методы работы дизайнера [4].

1.2 Цель исследования

Цель данного исследования заключается в глубоком анализе и выявлении сущности, эволюции и влияния типографии в современной практике графического дизайнера.

2 Результаты и обсуждения

В настоящее время в теории и на практике понятия «типографика» и «графический дизайн» имеют тенденцию к сближению вплоть до полного отождествления. Типографика непосредственно связана с деятельностью графического дизайнера (рис. 1). История европейской типографики начинается в XV веке с появления книгопечатания в Европе, хотя на самом деле она зародилось вместе с потребностью в визуальной передаче информации. Его начало связано с появлением пиктографического письма. Каждый этап развития письма унаследовал определенные традиции типографики.



Рисунок 1 — Типографика в фирменном стиле

Современная типографика включает опыт предыдущих поколений и приносит в него новаторство своего времени. Его цель - визуальная передача письменной информации. Ее целью является визуальная передача письменной информации. Типографика всегда было функциональным, объединяя ремесло и искусство, представляя собой искусство оформления печатных произведений с использованием шрифта и наборных элементов. Долгое время

типографика в нашей стране была забыта. О ней вспомнили в 1980-м г. с изданием книги Э. Рудера «Типографика». Появилась потребность в разнообразных формах шрифтов из-за изменений в экономических отношениях и политике [1]. Развитие технологий и изменения в обмене информацией способствовали развитию форм шрифтов. Новые шрифты стали востребованы, и появилось много книг по типографике. Это переводы западных изданий и издания отечественных авторов.

В стране начали работать крупные производители кириллических шрифтов, такие как "ПараТайп" и другие (рис. 2). Изменился облик российской типографики и, следовательно, облик городов. Несмотря на множество современных средств и технологий, типографика остается «сутью графического дизайна». И хотя технологии позволяют воплощать любые идеи и повышают дизайн на новый уровень, типографика остается высшим пилотажем дизайна и прекрасным полем для художественных экспериментов.



Рисунок 2 — Совместный творческий проект компании «Паратайп» и Института бизнеса и дизайна

Типографика обладает обилием соглашений, как ни одна другая форма графического искусства. Она взаимодействует со знаками, формированием форм, структурой, контрформой, композиционными средствами и прочими аспектами. Каждая эпоха вносит в типографию свои принципы: с XV по начало XX века она принимает классический стиль, в течение почти всего XX века она представляет собой типографику модернизма. В 1928 году Я. Чихольд опубликовал "Живую типографику" — своеобразный манифест типографии модернизма, где доступно изложены ее основные принципы. Гротеск пришел на смену антикве, асимметрия на смену симметрии, а функционализм и структурированность на смену гармонии.

В конце XX и начале XXI века наблюдается типография постмодернизма, переносящая пространство в виртуальную реальность.

Графическому дизайну присущ целый спектр функций: различительная, которая сортирует и дифференцирует, информативная, которая объясняет разнообразные вопросы потребителю, и эмоциональное воздействие (рис. 3). Дизайнерские работы помогают осознать причастность к окружающему миру и формировать мнение о нем, несут в себе эстетический аспект.

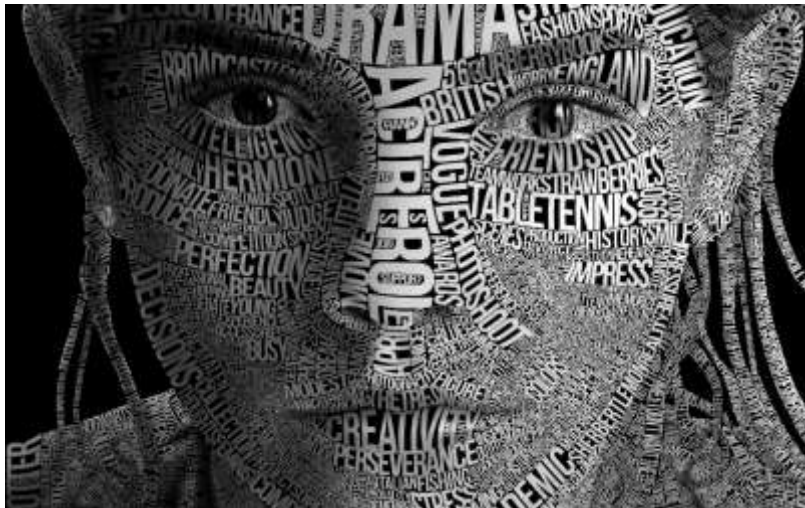


Рисунок 3 — Портрет из шрифта

Каждое творение дизайна должно обладать функциональностью и эстетикой. Эти два принципа постоянно находятся в противостоянии. Задача графического дизайнера заключается в поиске гармонии между мастерством и искусством. Художник выражает себя творчеством, не подчиняясь вкусам и запросам потребителя, и в последствии ищет покупателя. Ремесленнику особенно страшно, когда ему не оплачивают труд. Он использует все свои знания, умения и навыки, чтобы удовлетворить потребности клиента, не откладывая ни на что свою работу. В дизайнерской практике базируются два основных фактора. Один из них — "раскрытие смысла". Дизайнер стремится сделать свою работу понятной для клиентов, упрощая, упорядочивая и структурируя материал. Различные формы дизайна, такие как книги, постеры, логотипы и упаковки, требуют таких решений, чтобы гарантировать восприятие определенной части информации.

В дизайнерском продукте некоторые элементы выделяются на первый план, в то время как другие отходят на второй. Вторым фактором — "создание оригинального продукта". Дизайнер стремится к тому, чтобы его работа выделялась, не только среди работ других дизайнеров, но и на фоне его собственных творений. Эта стремление к оригинальности побуждает постоянно обновлять дизайнерский язык, исследуя новые подходы к шрифтам, цветам и их сочетаниям. Дизайнерский процесс — это вопрос правильного выбора шрифта и цвета во имя главной цели: сделать конечный продукт успешным и придать ему художественный характер.

Шрифт является одним из самых распространенных визуальных объектов в нашей повседневной жизни, оформленным эстетически. В то же время он остается невидимым искусством, так как люди не замечают формы

букв в процессе чтения и не задумываются о том, что художник создавал каждую букву.

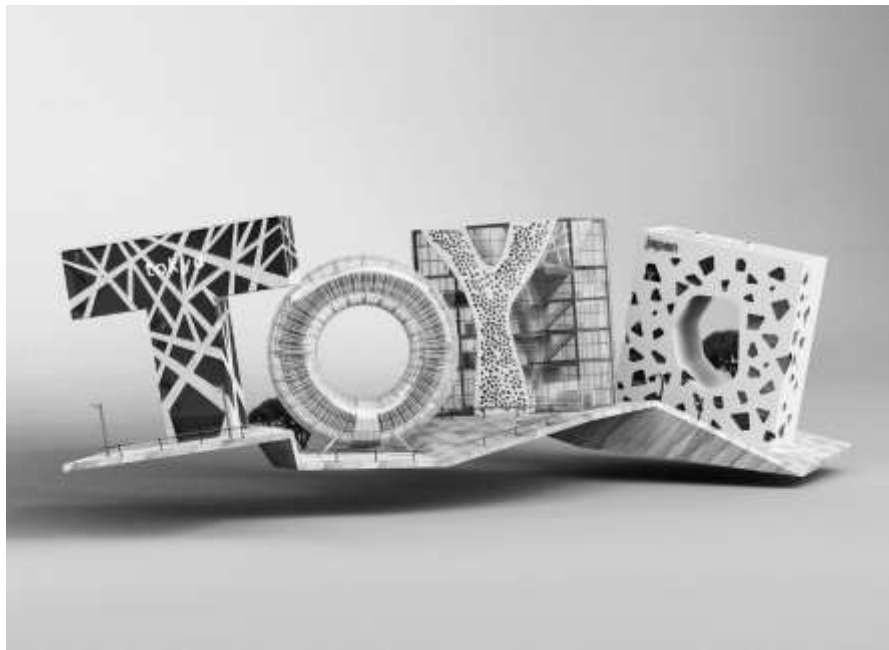


Рисунок 4 — Шрифтовая архитектурная композиция

Главная цель шрифта заключается в том, чтобы быть узнаваемым. Для того чтобы шрифт успешно выполнял свои функции, необходимо, чтобы он отвечал требованиям психофизиологии человеческого восприятия, таким как узнаваемость и различимость отдельных знаков и удобочитаемость всего текста. Техника и технология воспроизведения шрифта имеют свое значение. Дизайнер должен точно передать сущность объекта в одном образе. Типографика не ограничивается определенной формой, зависящей от текстового материала. В этой области постоянно идет поиск техники, формы и особого материала, что проявляется в свободных композициях, произведениях прикладной графики, коллажах, типограммах и других формах (рис. 5). Требования к графическому дизайнеру постоянно увеличиваются и тогда приходится соответствовать новым требованиям.



Рисунок 5 — Типографика в интерьере

Современному дизайнеру необходимо владеть пониманием практического минимализма в проектировании, уметь обосновывать свои решения грамотным языком в различных формах, не ограничиваясь простым созданием красочных изображений, а вместо этого иметь понимание и способность объяснить, почему. Конечная цель — сделать текст наиболее оптимальным для восприятия. Графический дизайн охватывает различные формы визуального проектирования, такие как шрифты, фирменный стиль, знаки, упаковка, наружная реклама, телевизионная и компьютерная графика, веб-дизайн, газетно-журнальный дизайн, книжная графика и другие. Типографию часто называют "королевой графического дизайна". Белое пространство рассматривается как инструмент графического оформления, "воздух графического дизайна". Незаполненное пространство приобретает положительное значение с точки зрения типографии.

Вывод

В процессе подготовки дизайнера в высших учебных заведениях студенты получают знания, умения и навыки для самостоятельной творческой работы в области графического дизайна, происходит поиск новых связей с накопленной и поступающей информацией, развивается креативное мышление и духовная культура личности. Процесс образования в области дизайна — это движение от поставленных целей к полученным результатам.

В этом сложном педагогическом процессе важную роль играет воспитание. Эстетика выступает как основная категория в процессе формирования личности. Суть дизайн-образования заключается в развитии всесторонне образованной личности, способной вносить вклад в материальную и духовную культуру общества, а также в развитие нестандартного мышления и активной жизненной позиции.

Дизайнер должен быть готов к постоянному развитию и творческому совершенствованию на протяжении всей своей деятельности. Время требует от графического дизайнера остро чувствовать сегодняшний момент и заглядывать в будущее.

Библиографический список

1. Коммуникативный и шрифтовой дизайн накануне третьего тысячелетия. Тенденции развития. URL: http://www.paratype.ru/e-zine/defis_08/index2.html
2. Феличи Дж. Типографика: шрифт, верстка, дизайн / Пер. с англ. и коммент. С.И. Пономаренко. СПб.: БХВ-Петербург, 2004. 496 с.
3. Курилкина Е. В. Основы классического шрифта в современном графическом дизайне // XIX Всероссийская студенческая научно-практическая конференция Нижневартковского государственного университета. 2017. С. 164-166.
4. Ньюарк К. Что такое графический дизайн? М.: АСТ: Астрель, 2005. 255 с.