

Романычева Э. Т.
Яцюк О. Г.

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

www.dmk.ru

Книга предназначена для профессиональных художников, овладевающих компьютером, и для пользователей ПК, занимающихся созданием рекламы и оформлением офисов. Особенно полезен материал начинающим, поскольку теория и практика дизайна в данном руководстве представлены на качественно новом уровне. В единую систему сведены основные вопросы современного дизайна и рекламы – от теории цвета до компьютерных графических программ. По мере изложения материала в книге приводятся практические упражнения, электронный вариант которых находится на сайте www.dmk.ru.

Получив основное представление о дизайнерской работе, человек с развитым эстетическим вкусом может создавать функциональные и красивые изделия, ведь в каждом с рождения заложены фантазия и желание реализовать свои творческие идеи.

Романычева Э. Т.
Яцюк О. Г.

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА



Романычева Э. Т.
Яцюк О. Г.

ДИЗАЙН И РЕКЛАМА

КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

& AD

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА

ДИЗАЙН
И РЕКЛАМА



Дизайн и реклама

Компьютерные технологии

Справочное и практическое
руководство

Романычева Э. Т., Яцюк О. Г.

Серия «Для дизайнеров»



Москва

ББК 30.18я75
Р69

Романычева Э. Т., Яцюк О. Г.

Р69 Дизайн и реклама. Компьютерные технологии: Справочное и практическое руководство. – М.: ДМК Пресс. – 432 с.: ил. (Серия «Для дизайнеров»).

ISBN 5-89818-034-6

В книге излагаются основные теоретические сведения, необходимые для грамотного построения рисунка, оформления композиции и решения других вопросов, связанных с практической творческой деятельностью.

Теория дизайна представлена следующими темами: виды эмоционального восприятия, свет и цвет в дизайне, художественные стили, техническая эстетика и эргономика, вопросы формообразования и композиции, шрифты, реклама.

Приводится обзор программных и аппаратных компьютерных средств, методика изучения основ дизайна на базе пакета CorelDRAW. Анализ контрольных примеров и выполнение практических заданий обеспечит хорошее усвоение материала.

Книга предназначена для широкого круга пользователей: студентов и преподавателей высших и средних учебных заведений, конструкторов, профессиональных дизайнеров, желающих использовать современные компьютерные технологии в творческой работе.

ББК 30.18я75

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 владельцев авторских прав.

Материал, изложенный в данной книге, многократно проверен. Но, поскольку вероятность технических ошибок все равно существует, издательство не может гарантировать абсолютную точность и правильность приводимых сведений. В связи с этим издательство не несет ответственности за возможные ошибки, связанные с использованием книги.

ISBN 5-89818-034-6

© Романычева Э. Т., Яцюк О. Г.
© ДМКПресс, Москва

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	9
-----------------------	---

ГЛАВА 1

С ЧЕГО НАЧАТЬ	12
1.1. Идеи – вокруг нас	13
1.2. Оптимальный инструмент дизайнера – компьютер	20
1.3. Аппаратные средства	20
1.4. Программные средства	21
Растровое представление компьютерной графики	21
Векторное представление компьютерной графики	22
Программы компьютерной графики для полиграфии	22
Программы рисования	24
Программы верстки	24
Программы для деловой графики и презентации	24
Программы двумерного и трехмерного моделирования	25
Анимационные программы	25
Программы мультимедийной графики для Web-дизайна	25
1.5. Выбор программы для изучения теории дизайна	26

ГЛАВА 2

КАК МЫ ВОСПРИНИМАЕМ ТО, ЧТО ВИДИМ	29
<i>Закономерности зрительного восприятия формы и пространства</i>	30
2.1. Свойства восприятия	30
Последовательность	30
Избирательность	31
Реакция на движение	32
Целостность восприятия	32
Запоминаемость	33
Константность	34
Соотносительность	35
Иллюзорность	36

Ассоциативность	38
Образность	39
2.2. Перспектива	39
Какие у нас перспективы	39
Изображение перспективы с помощью компьютера	46
2.3. В мире теней	48
Изображение теней	48
Компьютерное представление теней	50

ГЛАВА 3

РАЗНОЦВЕТНЫЙ МИР	54
3.1. Чувство цвета	55
3.2. О природе цвета	56
3.3. Влияние освещения на цвет	56
3.4. Гармоничность сочетания цветов	59
Круг естественных цветов по Гете	59
Шестисекторный колориметрический круг	61
Большой цветовой круг Освальда	61
3.5. Алгоритмы получения цветовых кругов в CorelDRAW	61
Алгоритм создания шестисекторного колориметрического круга	64
Алгоритм создания Большого цветового круга Освальда	67
3.6. Сочетания хроматических и ахроматических цветов	67
3.7. Цвет и психология	68
Некоторые свойства цветов	70
3.8. Компьютерные цветовые модели	71

ГЛАВА 4

В ТЕКСТЕ ВСЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ПРЕКРАСНО	74
4.1. Краткая история шрифтов, некоторые термины и определения	75
История развития латинских шрифтов	78
История развития русских шрифтов	81
4.2. Некоторые принципы построения шрифтов	85
4.3. Основные требования, предъявляемые к работе над шрифтом	86
4.4. Особенности компьютерного оформления текстов	92
Компьютерные шрифты	92
Работа со шрифтами в CorelDRAW	96
Алгоритмы создания текстовых строк с графическими эффектами	96

ГЛАВА 5

КАК ДОСТИЧЬ ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ КОМПОЗИЦИИ	100
5.1. О художественном воображении	101
5.2. Виды композиции	102
5.3. Компьютер – неоценимый помощник в работе над композицией	104
5.4. Характеристики композиции	106
Форма	108
Равновесие	108
Контраст	109
Ритм	110
Гармония и центр композиции	111
Форматы плоской композиции	112
5.5. Основные принципы построения композиции	112
Некоторые композиционные приемы	118

ГЛАВА 6

ТЕХНИЧЕСКАЯ ЭСТЕТИКА	126
6.1. Задачи промышленного дизайна	127
6.2. Форма и общие вопросы формообразования.	
Термины и определения	128
Психологическое воздействие формы объекта на человека	129
Свойства формы, характеризующие ее как систему частей и целого	132
Основные формообразующие факторы	137
6.3. Композиция в технике	146
Категории композиции	146
Свойства и качества композиции в технике	154

ГЛАВА 7

ДИЗАЙН И ЭРГНОМИКА	158
7.1. Что такое эргономика	159
Какое изделие можно считать красивым?	160
7.2. Подходы к решению вопросов дизайна с точки зрения эргономики	160
7.3. Оптимальная производственная среда – основа эффективной работы	
Рабочее место	162
Элементы рабочего места	165
7.4. Требования к средствам отображения информации	166
Выбор категории кодирования	167
Буквенно-цифровое кодирование	168
Кодирование цветом	172

7.5. Средства управления как элемент рабочего места	175
Композиция элементов управления	176
7.6. Производственная среда	179
7.7. Требования к интерьеру офиса	181
Коррекция пропорций помещения	181
Окраска поверхностей	183
Освещение	184
Мебель	184
 ГЛАВА 8	
РЕКЛАМА	190
8.1. Определение рекламы	191
Немного из истории рекламы	191
8.2. Классификация рекламы	196
8.3. Основные функции рекламы	199
8.4. Виды рекламы, требующие графического и текстового оформления	200
8.5. Как создать эффективную рекламу	200
8.6. Фирменный стиль	203
Основные принципы создания фирменного стиля	204
Товарный знак	204
Девиз	208
 ГЛАВА 9	
ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА	211
9.1. Заголовок	212
9.2. Подзаголовки	219
9.3. Основной текст	220
9.4. Общие недостатки рекламных текстов	224
9.5. Психологические закономерности восприятия рекламного текста	225
9.6. Иллюстрации	226
Принципы выбора визуальных средств	228
9.7. Композиция рекламного объявления	236
9.8. Конструирование упаковки	244
Психология цветового восприятия упаковки	246
Товарная этикетка	247
 ГЛАВА 10	
ДРУГИЕ ВИДЫ РЕКЛАМЫ	248
10.1. Выставка (презентация)	249
Требования к максимальным размерам экспозиции	249
Освещение	250

Экспонаты	251
Выставочный стенд (витрина)	251
Печатная продукция фирмы	252
10.2. Наружная реклама	266
Виды наружной рекламы	266
10.3. Телевизионная реклама	274
Виды телевизионной рекламы	280
Некоторые приемы телевизионной рекламы (по Д. Огилви)	281
10.4. Радиореклама	283
10.5. Реклама и Public Relations	284
10.6. Реклама в Internet	285

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ

В СРЕДЕ CORELDRAW

Электронная тетрадь № 1. Работа с объектами	291
Знакомство с инструментами	291
Обработка объектов	301
Копирование и клонирование	303
Контрольные примеры	306
Электронная тетрадь № 2. Преобразование формы объектов	307
Работа инструмента Shape	307
Открытые и замкнутые контуры	309
Характеристики узлов	310
Выравнивание узлов двух объектов с помощью кнопки Align	312
Редактирование формы объектов инструментами Knife Tool и Eraser Tool ...	313
Логические операции	314
Контрольные примеры	317
Электронная тетрадь № 3. Специальные эффекты	318
Изображение в перспективе	318
Оболочка объекта и ее модификация	318
Контрольные примеры	320
Перетекание одного объекта в другой	321
Контрольные примеры	325
Трехмерное изображение объекта	326
Контрольные примеры	328
Контур	329
Функция Lens	329
Спецэффект PowerClip	330
Контрольные примеры	332

Электронная тетрадь № 4. Работа с текстом	333
Инструмент Text	333
Художественный текст	333
Изменение интервалов между отдельными символами и строками с помощью инструмента Shape	336
Простой текст	337
Форматирование простого текста	338
Связанные текстовые блоки	340
Алгоритм перехода от символьного текста к графическому	340
Размещение текста вдоль замкнутых и незамкнутых контуров	341
Обтекание иллюстрации текстовым абзацем	344
Преобразование текста в кривые	344
Контрольный пример	345
Использование эффектов при написании текста	345
Примеры применения к тексту различных эффектов	346
Контрольный пример	349
Электронная тетрадь № 5. Работа с растровыми изображениями	350
Импорт растровых изображений	350
Преобразование форматов изображений	351
Редактирование цветов растровых изображений	352
Эффекты	355
 ПРИЛОЖЕНИЕ 2	
СТИЛИ	361
Египетский стиль	363
Античная культура	370
Романский стиль	385
Готический стиль	389
Средневековая Русь	397
Стиль Ренессанс (Возрождение). Второе пришествие античности	402
Стили барокко, рококо	408
Классицизм	413
Стили модерн, рационализм	417
 ЛИТЕРАТУРА	424
 АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ	426