

01

Привет, меня зовут...

 30 минут



Разработка айдентики, иллюстрация

В мусорной корзине у меня полным-полно скомканных эскизов. На экране компьютера открыта папка, в которой масса файлов из программы Illustrator и куча логотипов, любовно выполненных в кривых Безье. Уже три месяца я бьюсь над заказом этого клиента, а все равно недоволен своей работой. Это брендинговое задание я выполняю... для самого себя.

Разработка фирменной символики — самая поэтичная из всех областей дизайна, где все лишнее отбрасывается, а на первый план выходит суть компании, по заказу которой вы работаете. Но когда речь заходит о том, чтобы разрекламировать самого себя, большинству дизайнеров непросто абстрагироваться и представить свою работу в виде символа (не потратив на это уйму времени). Вот почему первое задание — это своего рода помочь самому себе.

“Дизайн для себя — хуже, чем дизайн для клиента; это как кризис идентификации”.

—AIGA's Graphic Design: A Career Guide and Education Directory



ЗАДАЧА

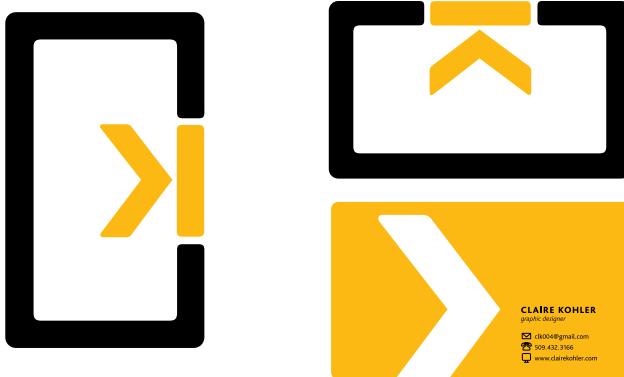
За десять минут ответьте на следующие вопросы: Каковы три моих сильных стороны как дизайнера? Мои слабые стороны? Какой мой любимый цвет? Какими дизайнерами я восхищаюсь? Какой дизайнерский проект мне особенно нравится? Какую работу мне хотелось бы делать в будущем? Затем создайте свой логотип на основе своих спонтанных ответов. Обязательно уложитесь в отведенное вам время. Не хитрите!

ИДЕМ ДАЛЬШЕ

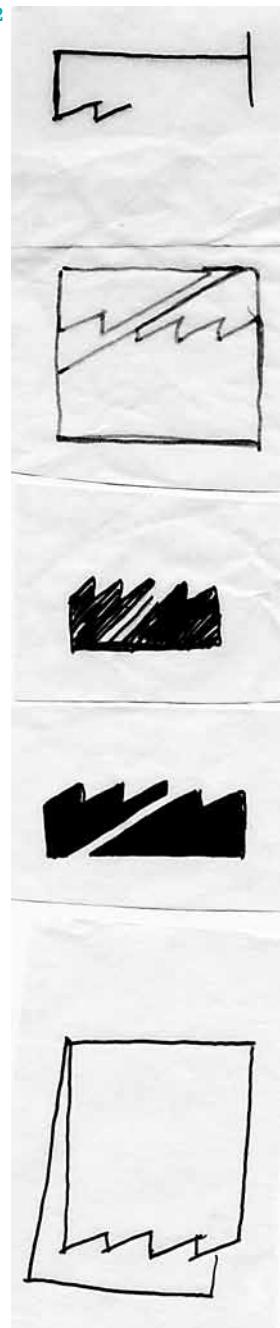
Следующие тридцать минут потратьте на анализ того, как ваш логотип можно использовать на фирменных бланках, в брошюрах и на личном веб-сайте.



1



2



1 Эта концепция разработки личной айдентики принадлежит Клер Коулер, дизайнеру из Сиэтла, и родилась она в ходе двадцатиминутного мозгового штурма. Инициалы дизайнера стали динамичным символом.

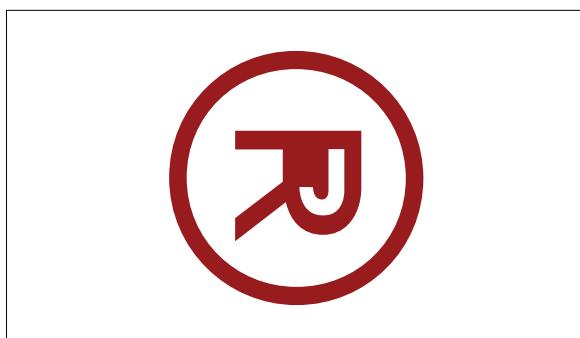
2,3 За такой же период времени Марк Нотерман создал простой логотип для рекламы своих дизайнерских услуг. «Я просто начал чертить диагонали. Вдруг одна из них превратилась в молнию, которая переросла в индустриальную тему. Такой промышленный символ мне понравился, потому что в нем есть намек на мою квалификацию. Я выбрал желтый цвет, который на производстве связан с техникой безопасности, но у меня палитра более светлая и живая. Этот символ говорит: «Он любит много работать, но и развлекаться не прочь».

4 Если не удается придумать что-то для себя, попробуйте создать логотип для какого-нибудь другого дизайнера. Джейк Рэй, дизайнер из Сиэтла, специализирующийся на разработке брендов и айдентики, ответил на дополнительные вопросы в задании. Ориентируясь на его ответы, я пришел вот к такому решению логотипа. В нем сочетаются области интересов Джека.

3



4



02

Буква за буквой

 120 минут



Иллюстрация, конструирование из бумаги, физическое макетирование, фотография, шрифтовой дизайн

Методы работы с гарнитурами претерпели значительные изменения. Сперва были нацарапанные на земле символы, приобретшие затем изящные буквенные формы, и вот уже перед нами сложнейшая система коммуникации с помощью письменного языка.

Но только с изобретением подвижной литеры типографика преобразовалось в самостоятельную дисциплину. Тем не менее даже при наличии разнообразных приспособлений, находящихся в нашем распоряжении, — от карандаша до компьютера — неограниченное количество гарнитур остается за пределами печатной страницы, в физическом мире.

“Буквы — это совершенно особые образы, и мы всегда читаем слова как образы. Слова воспринимаются как очертания образов-форм; буквы, из которых состоят слова, — это в действительности маленькие картинки, а письмо — особая и высокоразвитая форма рисунка”.

—Тимоти Дональсон. *Shapes for Sounds*



ЗАДАЧА

Спроектируйте гарнитуру, состоящую из элементов физического мира. Создайте алфавит, используя только предметы или объекты окружающей среды. Буквы можно представить в виде коллажей, фотографий, фотокопий, цифровых изображений и прочих форм. Откажитесь от примеров компьютерных гарнитур, копирующих элементы существующего письма, или указателей и чего-либо, что может рассматриваться как традиционная форма письма.

ИДЕМ ДАЛЬШЕ

Добавьте в свой шрифт реального мира цифры, символы и знаки препинания. Или создайте постер, на котором будет поэтапно представлен процесс создания букв.

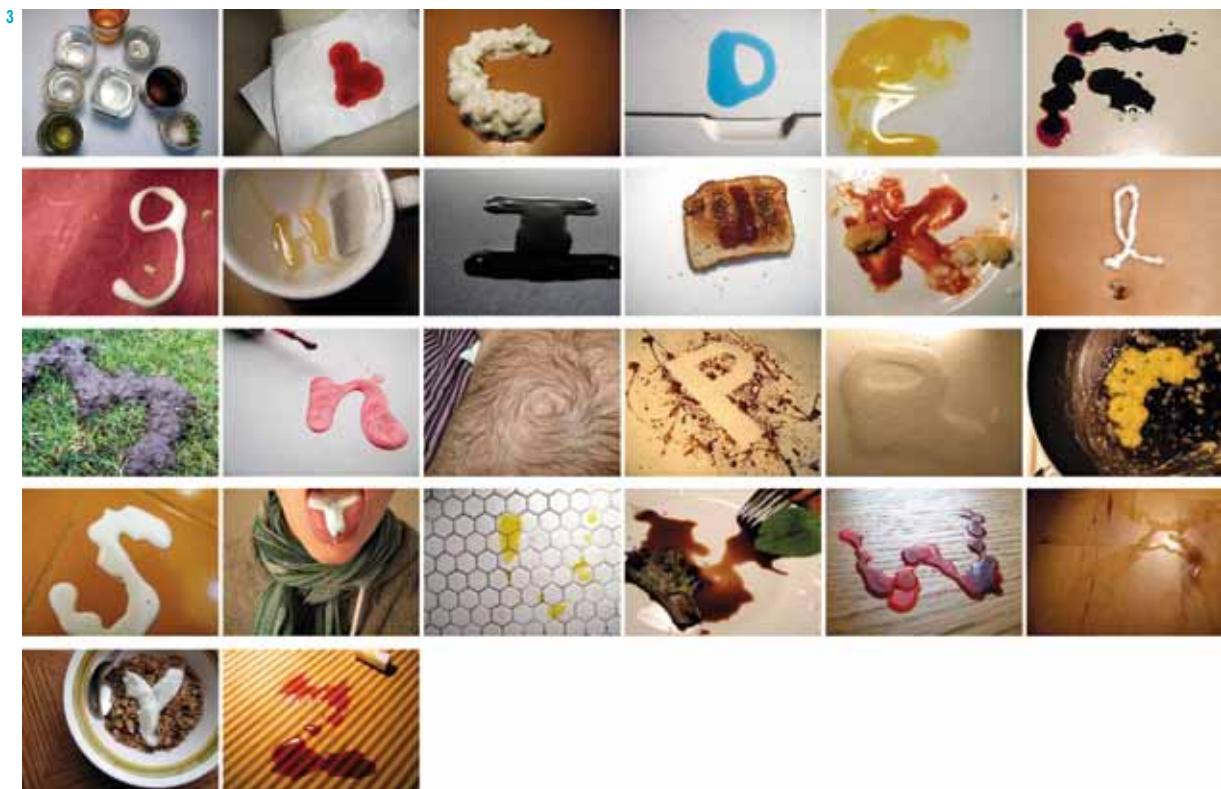




1 Вот как придумал свой алфавит Донни Динч. Он залёз на стул в спальню и начал по-разному складывать свои джинсы и джинсы подруги. И вот перед нами «Джинсовый алфавит».

2 К Джессике Трэшер вдохновение пришло в ванной комнате. Она поймала идею очень мягкого и хорошо впитывающего влагу алфавита из ватных палочек.

3 В «Жидком алфавите», который создала Клер Коулер, буквы сделаны из разных жидкостей. Н, например, — из меда, буква V растеклась остатками бальзамического уксуса. Посмотрите на картинки и попробуйте определить, из каких жидкостей «вылились» другие буквы.



03

Машина времени

 90 минут



Исследование, печатная реклама

Историю искусств мы изучаем подробнее, чем историю рекламы. Арт-шедевры созданы так, чтобы выдержать испытание временем, тогда как шедевры рекламы живут в нашем сознании ровно столько, сколько времени требуется, чтобы зайти на Amazon.com.

Однако у рекламы предыдущих десятилетий есть чему поучиться. Одно-единственное объявление может оказаться настоящим кладезем информации о том, как с течением времени меняются вкус, продукты и общественные нормы, что открывает дизайнеру окно в сознание потребителя. Так что нажмите кнопку быстрой перемотки и перетаскивайте старое объявление в будущее!

ЗАДАЧА

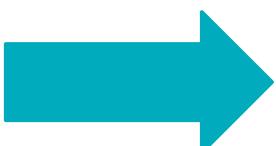
Выберите из печатной рекламы до 1980 года объявление, которое вызывает ваше восхищение, и превратите его в современное цветное объявление на всю страницу для одного из популярных глянцевых журналов. Если нужно, не бойтесь интерпретировать фотографии, иллюстрации и шрифты в соответствии с языком сегодняшнего дизайна. Поиските вдохновения в серии альбомов Taschen *Golden Age of Advertising*.

“Когда смотришь на объявления, кажется, что они безнадежно устарели и потеряли смысл. Посмотрим правде в глаза: вся сегодняшняя реклама твердит, что надо быть современным и даже опережать время. А почему бы не посмотреть на то, что позади?.. Хотите верьте, хотите нет, большая реклама — это серьезное, интеллектуальное дело. В ней нет места случайностям, хотя она часто кажется легкомысленной, эксцентричной, даже антиинтеллектуальной”.

—Джеймс Твитчелл. *Twenty Ads That Shook the World*

ИДЕМ ДАЛЬШЕ

Попробуйте проделать это же задание в обратном порядке: найдите в современном журнале объявление, которое вам понравится, и измените дизайн так, чтобы было похоже, что оно сделано до 1980 года.





Lemon.

The closest you'll get to a real lemon is the color.
VW inspectors run each car through a battery of tests, and say "no" to one out of fifty.



The world's slowest Macintosh.

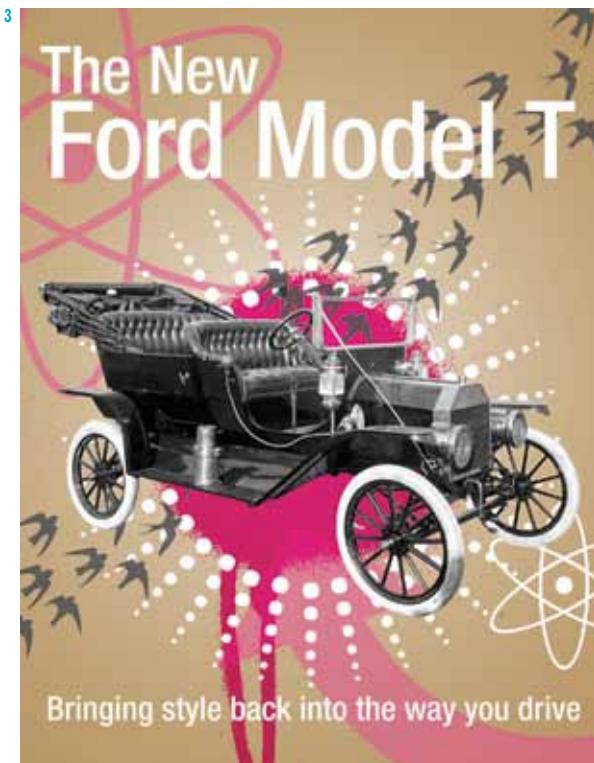
Suddenly, everyone is talking about personal computers. Are you ready for one?

Macintosh

1 Не хотите осовременить классическую рекламу автомобиля Volkswagen, которая в 1950-х была чуть ли не символом компании? Дизайнер из Монреаля Мишель Врана сохранил дух времени в рекламе Lemon, которая в свое время была выполнена компанией DDB. Ему оставалось только немного обновить машину.

2 Донни Динч использовал классическую рекламу продукции Apple и перенес ее в будущее. Только он как бы случайно забыл забрать с собой сам компьютер. А вы хотите заполучить самый медленный «Макинтош»?

3 «Не знаю, как вы, а я искал этот новомодный Ford модели Т». Дизайнер Джейк Рэй подошел к вопросу с юмором.



04

Легкий лого

 30 минут



Разработка айдентики

Сова на ветке. Голубка с женским лицом. Причудливой формы верная такса художника.

Просматривая карандашные наброски Пабло Пикассо, поражаешься его легким и динамичным линиям. Он был способен свести визуальный образ к одной-единственной линии на бумаге, обнаруживая богатство художественных возможностей.

Выполняя следующее задание по дизайну, попробуйте ухватить подобное направление движения в свободной форме.

**“Искусство —
это исключение
ненужного”.**

—Пабло Пикассо



ЗАДАЧА

Вам предложили разработать фирменный стиль для Олимпиады 2012 года в Лондоне. Первый набросок должен представлять собой одну непрерывную линию. Где вы коснулись карандашом бумаги, его уже нельзя отрывать, пока не закончите рисунок логотипа. Исправлять нельзя, даже если есть ошибки!

ИДЕМ ДАЛЬШЕ

Следующее задание попытайтесь выполнить в команде. Каждый дизайнер может провести линию на бумаге, а затем должен передать карандаш другому, чтобы тот продолжал развивать идею. Используйте цветные карандаши.



1



1,2,3 Мета Ньюхаус, директор рекламного агентства Newhouse Design и преподаватель графического дизайна в университете Монтаны, взялась за «этот нестандартный способ создания логотипа... Обычно я провожу некоторую подготовительную работу — изучаю изображения, сравниваю работы других дизайнеров, нахожу информацию о клиенте и т. д. И после этого сажусь и кое-что записываю... Но раз такие правила! Поэтому я стала делать наброски в блокноте. Начала с идеи пламени и факела, поскольку только это я и могла изобразить одной линией, понимая, что эта линия должна принять форму чего-то, что передает идею Олимпиады. Для меня это было ново, ведь я не очень хороший рисовальщик, но мне было интересно, почему одни рисунки получались лучше других. Так, у меня был рисунок с небольшими завитками у кончиков пламени, которые выглядели, как искры или небольшие всполохи. Мне показалось, что это верный путь, и я продолжила рисовать. Экспериментировала с языками пламени, располагая их по нисходящей, и... изображение все более смешалось вправо. Некоторые языки пламени стали походить не на огонь, а на какую-то птицу, на голубя. А потом включилась информационная память, и я задумалась, что же собой представляет Олимпиада. Речь идет о спортивных достижениях, победах и стойкости, но так как в них участвует много стран, то это еще и дух единения, способность уважать различия и находить общее. И символ начал обретать смысл. Я бы никогда не пришла к нему, если бы придерживалась старых проверенных способов работы».

2



3



4



4 Выполняя это задание, Джейк Рэй и Катарина Уиддоуз пошли дальше. За двадцать минут они разработали логотип, состоящий из короны и спортивной повязки.

5 Эрик Борресон решил задачу так: на одной линии он уместил слово London, изображение Биг-Бена и олимпийского огня.

5

