

ОСНОВИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

АЛЕКС В. ВАЙТ

ТРЕТЄ ВИДАННЯ

Alex W. White

Простір — порожнеча, тиша. Це основоположна складова дизайну, тло для всього, що ми бачимо у роботі.

Єдність — це становище дизайну, в якому всі елементи працюють разом, щоб створити цілісне враження.

Будова сторінки — це субструктура, зазвичай непомітна, та насправді вона відрізняє один дизайн від іншого.

Текст — це застиглий звук, що поєднує різні голоси і тони, а ще надає дизайнові ритму рядків шрифтового набору.



Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

Ця книга про те, який вигляд мають речі, але вона також припускає, що все промовлене варте зусиль, які роблять його зрозумілим. Інакше кажучи, дизайн існує для того, щоб покращити спілкування.

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>

Передмова VI
Вступ 1

Частина 1 Простір

Нарис 1 Трохи розваг, будь ласка! *Ніклаус Трокслер* 16
Нарис 2 Я тлумач *Герай Генчер* 18
Розділ 1 Простір — це порожнеча 21
Розділ 2 Симетрія та асиметрія 43
Розділ 3 Історичний розвиток простору: шість часових шкал 57

Частина 2 Єдність

Нарис 3 Як створити бренд канабісу, гідний легенди? *Ешли Скофілд* 74
Розділ 4 Єдність і простір 79
Розділ 5 Сім компонентів дизайну 89

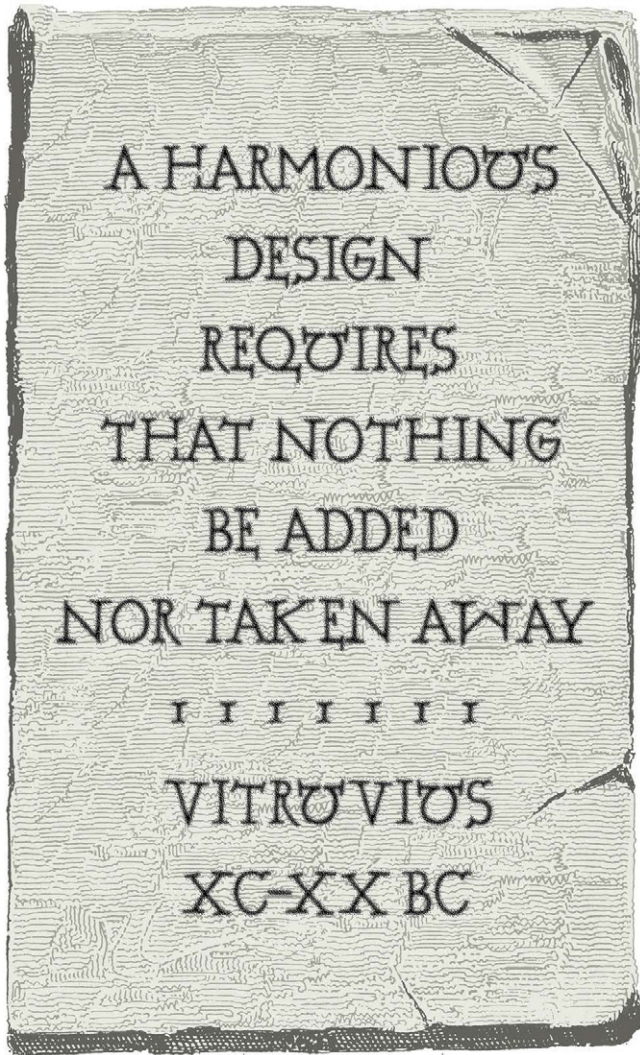
Частина 3 Будова сторінки

Нарис 4 Про котів, музику, графічний дизайн *Фонс Гікманн* 116
Нарис 5 Як графічний дизайн вписується у бізнес-стратегію *Браян Д. Міллер* 118
Розділ 6 Сторінка як візуальна структура 121
Розділ 7 Сполучні елементи та сторінки 145

Частина 4 Шрифти

Нарис 6 Дизайн-мислення та лідерство *Макс Шангл* 160
Нарис 7 Десять запитань про авторське право *Тед Кроуфорд* 162
Розділ 8 Прислухатися до шрифтів 165
Розділ 9 Шрифтові технології 177
Розділ 10 Декоративні й текстові шрифти 193

Глосарій 218
Бібліографія 223
Контрольний список дизайнера 224
Алфавітний покажчик 226
Колофон 230
Подяка 230



У ГАРМОНІЙНОМУ ДИЗАЙНІ
НЕМАЄ ПОТРЕБИ ЩОСЬ ДОДАТИ
АБО ПРИБРАТИ.

ВІТРУВІЙ
XC–XX РОКИ ДО Н. Е.

Вітрувій передбачив крок 3, що на протилежній сторінці. У дизайні є величезна різниця між «нічого поганого» і «нічого доброго». Здатність визначити, що в роботі правильно, має вирішальне значення для впорядкування

матеріалу та для його зрозумілості. Сама лише *відсутність поганого* не є гарантією того, що дизайн буде успішним для спілкування. Щоб дизайн був елегантним, у ньому має бути щось *упізнавано правильне*.

Шрифтове оформлення,

використане тут, автор адаптував із напису, висіченого на стінах під Ефесом, що в Туреччині, приблизно в I столітті н. е.

Передмова

Дизайнерська освіта переважно стосується поєднання старих та створення нових елементів контенту. Вона зосереджується на зв'язках між формами і майже ніколи не розглядає критично важливу частину дизайну, яка залишається непоміченою: фонові простори та форми. Це відображення віри в те, що наявне важливіше за відсутнє. Але порожнеча, коли до неї ставляться як до повноцінного партнера в дизайні, стає динамічною. Саме вона, поряд із оригінальною візуальною ідеєю, визначає чудовий дизайн.

Для створення складного дизайну важливий динамічний білий простір плюс абстракція та процес видалення зайвих деталей. Однак абстракція може бути шкідливою, якщо вона затьмарює повідомлення, видаляючи необхідні маркери. Метою є пошук балансу між прихованим та очевидним значенням. Розсудливість у використанні абстракції важлива — і вона покращується з практикою та досвідом.

На відміну від математики, де може бути лише одна «правильна» відповідь, дизайн має багато альтернативних рішень. Дизайнерові належить знайти серед них найкраще. Неправильно розглядати дизайн лише як можливість похизуватися власними візуальними експериментами. Однак пошуки, що сприяють комунікації, вітаються завжди.



Одне з визначень

хорошого дизайну—
баланс між потуранням
дизайнера самому собі
та одноманітністю.

Із іншого боку, одноманітний дизайн також не є хорошим, навіть якщо ця одноманітність побудована на гарній структурі. Чому? Тому що однаковість не чіпляє й не утримує глядачів. Хороший дизайн виважену постійність врівноважує гнучкістю, тому деякі рідзинки будуть виділятися. Дизайнери служать своїм читачам, розкриваючи цінність, прискорюючи навчання та пропонуючи контент, що западає в пам'ять.

Дизайн—графічний, промисловий, інтер'єрний чи архітектурний—це процес поєднання не пов'язаних між собою деталей в одне ціле. Кожна дисципліна працює з суцільними масивами та пустотами, і кожна повинна відповісти на три питання: З якими елементами мені доводиться працювати? Куди діваються ці елементи? Яка структура необхідна, щоб вони співпадали? Творити дизайн буде простіше, якщо пам'ятати, що це процес, а не результат:

- 1 Визначте завдання, яке вам дали. Зазвичай це має бути перевизначення, тому що завдання, яке вам дали, є очевидним. Перевизначення повинно спрямовуватися на реальні питання. Якщо в процесі перевизначення ви не зрозуміли, як поводитися з матеріалом, то ви не перевизначили проблему достатньо точно.
- 2 Знайте матеріал. Обговоріть його. Повністю опануйте його. Принаймні прочитайте.

- 3 Виділіть суть із маси заплутаної багатогранності. Нічого не повинно бракувати, і ніщо не повинно бути зайвим. Це визначення елегантності.
- 4 Виділіть основний момент, щоб його значення для читача було зрозумілим і візуально привабливим. Повідомлення, яке не приверне увагу читачів, ніхто не читатиме.
- 5 Уніфікуйте всі елементи, щоб вони не перекривали один одного. Якщо кричати на читачів, це не допоможе їм знайти рішення чи пояснення і не пояснить важливості чогось для їхніх інтересів та потреб. А ясний, заздалегідь усвідомлений контент допоможе.

Я вдячний:

☛ Сімом чудовим професіоналам, які вклали свій досвід і ентузіазм у це видання: Ешлі Шофільд, Брайан Д. Міллер, Фонс Хікманн, Герай Генчер, Макс Шенгл, Ніклаус Троклер і Тед Кроуфорд. ☛ Роккі й Енцо за те, що щодня роблять офіс набагато приємнішим. ☛ Цю книгу з любов'ю присвячую Епоніму, який наповнює кожен день життєрадісним щастям HDGL.

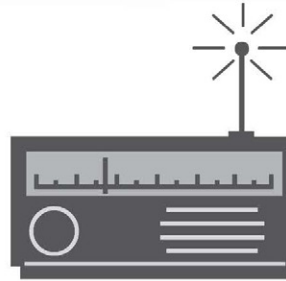
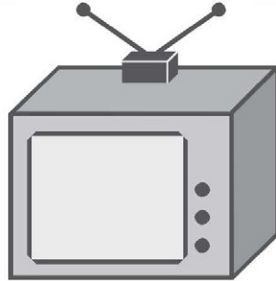
Alex W. White

Алекс В. Вайт
Каринтія, Австрія



1235. «Манекени чекають, щоб їх розпакували».
Фото Герберта Мігдолла

Ясність і цінність для читача — ось що дизайнери додають до повідомлення. Ці загорнуті манекени схожі на ще не прочитані повідомлення.



«Ідеальне спілкування»

є особистим. Ти бачиш мене, чуєш мій голос, відчуваєш мій запах, торкаєшся мене. Телебачення — це друга форма спілкування; ти мене можеш

бачити й чути. Далі йде радіо — ти мене чуєш, але не бачиш. І, нарешті, преса. Ти не можеш мене ні бачити, ні чути, тому повинен мати здатність інтерпретувати,

яка я людина, з того, що бачиш на друкованій сторінці. Ось тут і з'являється типографічний дизайн». Аарон Бернс (1922–1991)

Вступ

Ніщо не бентежить мене більше, ніж час і простір; і все ж ніщо мене не турбує менше, оскільки я ніколи не думаю про них.
Чарлз Лем (Charles Lamb, 1775–1834)

Дизайн — це планування. Процес дизайну використовується для впорядкування хаосу і випадковості. Порядок корисний для читачів, яким легше зрозуміти організоване повідомлення. Тому вважається, що впорядковане повідомлення має гарний дизайн. Але переглядаючи навіть коротку стопку щорічників, присвячених дизайну, ви побачите: те, що оцінюється як «добре», з часом змінюється. Очевидно, що стиль і мода — це такі аспекти дизайну, які не можна ігнорувати. У передовиці журналу *Architectural Record* Стівен А. Климент (Stephen A. Kliment) радить: «Не плутайте стиль із модою. Стиль породжують реальні потреби клієнта або суспільства. мода — це поверхові умовності, прийняті тими, хто прагне виглядати елегантним або витонченим». Леслі Сігал (Leslie Segal) у вступі до *Graphis Diagrams* пише: «Із двох дизайнів однакової простоти, той, який передає більше інформації, елегантніший».

Робота комунікатора 3

Додати цінності до повідомлення, щоб воно стало «магнітом для читача».

Розум шукає значення 7

Подібності та відмінності роблять фокусні точки видимими.

Простір приваблює читачів 11

Простір, як і повітря, потрібен для того, щоб конструкція дихала.



«Мистецтво — не дзеркало.

Мистецтво — молоток».

Графіті в Сохо, Нью Йорк

Це зображення вражає

тому, що поєднує знайоме з незнайомим. Є багато визначень мистецтва, але найосмисленіше серед них таке: «Мистецтво робить знайоме незнайомим».

Якщо вірити йому, то цей *Volkswagen Beetle* було перетворено на витвір мистецтва. Тож поняття «креативне» можна визначити так: «Оригінальне та виразне; вигадливе».

Купити книгу на сайті kniga.biz.ua >>>



Читачі шукають коштовні крихти серед нескінченного огрому інформації, наче морське скло серед мушель на пляжі.

Розум шукає значення

У процесі розвитку людства однією важливих рис, набутих людьми, стала здатність бачити потенційні загрози, помічати зміни в оточенні. Усе, що рухалося незвично або було іншого кольору чи текстури, заслуговувало на нашу увагу. Адже воно могло нас з'їсти. Здатність помітити відмінності стала для людини еволюційною перевагою. У результаті, коли ми дивимося на екран або друкований документ, наші очі інстинктивно шукають подібності та відмінності між елементами. Шукаємо унікальне, яке визначається відносною незвичністю.

Сприйняття схоже на пошуки морського скла на пляжі. Ми шукаємо підказки, що якась пляма чи відблиск цінніші за каміння та мушлі, які ми також бачимо. Аналогічно, наш мозок фільтрує зображення та слова. Ми маємо вроджене вміння групувати схожі елементи. Якщо нам важко встановити ці зв'язки, ми відчуваємо збентеження. Більшість читачів не схильні докладати багато зусиль, щоб докопатися до сенсу або важливості повідомлення. Вони можуть бути занадто зайнятими або просто не цікавитися темою. Насправді ж багато читачів підсвідомо шукають причини припинити читання: воно вимагає роботи, воно потребує концентрації— а ми всі трохи ліниві. Покваптеся— Віктор О. Шваб, видатний копірайтер, написав: «Скажи мені правду, моя мила, або ж до тебе мені немає діла».



Фізична форма передає значення. Узгодження форми елемента з його значенням допомагає розкрити зміст повідомлення. І це одно-значно цілеспрямоване

дизайнерське рішення, чудове й багато в чому захопливе на протигагу випадковому дизайнерському рішенню.



Заміна форми привертає увагу, оскільки призводить до несподіваного контрасту. Сорочка з хліба? Має сенс, якщо сорочки «Сніданкова

колекція» мають «хлібний колір». Або реклама у вигляді рибини, викладеної зі спортивних сонцезахисних окулярів.