

**Основные
художественные средства
визуальной рекламы.**

Основными
художественными средствами
визуальной рекламы являются
графика,
типографика
и фотографика.

Графика

(греч. graphikē, от graphō — пишу, черчу, рисую) — вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные произведения, основывающиеся на искусстве рисунка.

Рисунок является основой дизайна любого рекламного графического объекта, даже в тех случаях, когда дизайн-графика выполнена средствами компьютерной техники, так как именно **рисование** является главным методом рекламного дизайна.



Мушкино

ЗАГОРОДНЫЙ ПОСЕЛОК

Сама графика в рекламном дизайне находит выражение в рисунках, чертежах, оформительской, прикладной и деловой графике.

Владение рисунком «от руки» включает в себя знание композиционно-выразительных средств, различных графических техник и умение ими пользоваться.

Это обеспечивает успешную деятельность дизайнера, а обращение к такому виду рисунка на любом этапе проектной деятельности повышает профессионализм дизайнера-рекламиста через развитие творческого, образного мышления.



ОНЛАЙН КУРС

**ОСНОВЫ ИЛЛЮСТРАЦИИ
В ADOBE ILLUSTRATOR**



Рисунок может представлять собой иллюстрацию, а также являться приемом создания рекламного образа.

Он используется реже, чем фотография, в связи со следующими факторами:

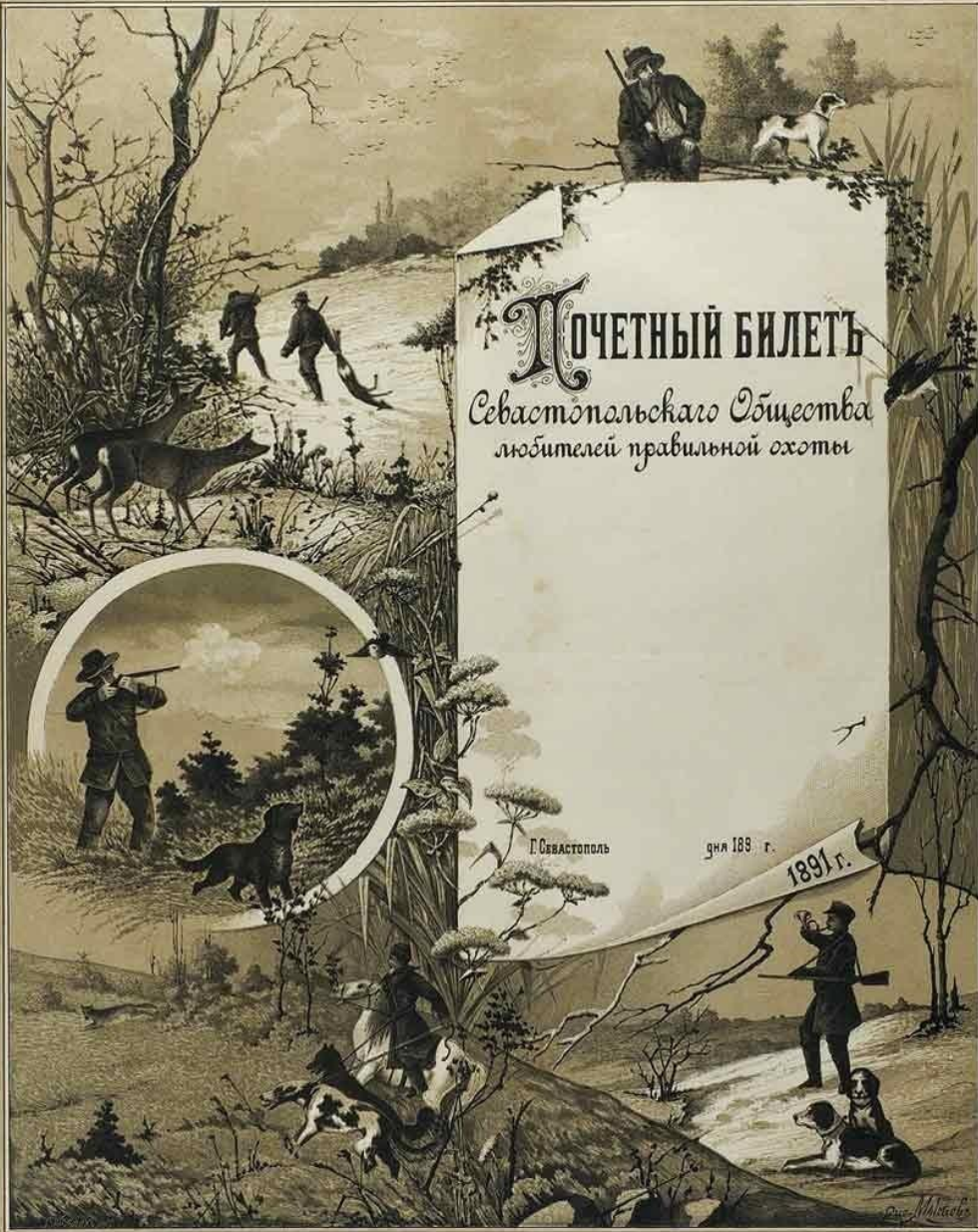
- обладает малой реалистичностью, поэтому вызывает меньшее доверие у зрителей;
- его создание представляет более трудоемкий процесс.

fun for the
whole
family



in wonderful
WISCONSIN

relaxing play . . . cool, restful



Почетный билет
Севастопольского Общества
любителей правильной охоты

г. Севастополь

дня 188 г.

1891 г.

Девятое издание - Санкт-Петербург 1891 г.

Лит. Веккер

Несмотря на эти обстоятельства, без рисунка невозможно обойтись.

Достоинство рисованной иллюстрации — это возможность использования различных материалов, способствующих созданию многообразных форм исполнения .

Материалы, используемые художником-графиком, такие как уголь, соус, сангина и т.п., востребованы в работе рекламного дизайнера.



what is graphic

design?

making & BREAKING the grid.

Деятельность дизайнера-рекламиста невозможна без применения различных чертежных инструментов.

В рекламном проектировании использование чертежей или методов чертежной графики происходит при создании любого объекта рекламного дизайна.

В качестве примера можно привести разработку визитки, создание ее макета. Структурные элементы композиционного решения визитки, обобщенные до геометрических тел, представляют собой целостность, которая осуществляется посредством невидимых линий связи или направляющих.



В полной мере использование технического рисунка находит отражение в разработке упаковки, фасада и других дизайн-объектов, графическое решение которых зависит от конструктивных особенностей самого объекта.





Оформительская графика связана с использованием различных декоративных украшений, орнаментов, что позволяет достичь большей выразительности, наглядности объекта. Наибольшее распространение в дизайн-проектировании получил орнамент (узор), основанный на растительных, геометрических элементах. Свое использование он находит в качестве элемента фирменного стиля, афиши, эмблемы и т.п.



Please Join Us For A

90th

Anniversary

Наиболее часто оформительская графика встречается в дизайне печатной продукции, оформлении витрин магазинов, праздников и т.д.

Средствами оформительской дизайн-графики являются виньетки, буквицы, орнаменты, бордюры и т.д.

Корма и кормовые
добавки нового
поколения для
сельскохозяйственных
животных и птицы



Биоком
biocom.by

Контроль
качества на
всех стадиях
производства
продукции



Корма и кормовые
добавки нового по-
коления для сельскохо-
зяйственных животных
и птицы

"Биоком" - это лидер сельскохозяйственного рынка Беларуси по предложению продуктов нового поколения ветеринарного и зоотехнического назначения.

Качество осушителя подстилки
в местах содержания животных
и птицы

 **Биоком**



 **Биоком**

Корма и кормовые
добавки нового
поколения для
сельскохозяйствен-
ных животных
и птицы

"Биоком" - это лидер
сельскохозяйственного рынка
Беларуси по предложению
продуктов нового поколения
ветеринарного и зоотехнического
назначения.

Больше информации
на сайте

Одним из наиболее распространенных примеров прикладной графики является товарный знак (фирменный знак).

Товарный знак — официально принятый термин, обозначающий зарегистрированное, согласно установленному порядку, оригинально оформленное художественное изображение, служащее средством отличия товаров или услуг, предприятий, а также объектов рекламы.

Фотография

Одним из наиболее используемых художественных средств в дизайне является фотография.

Фотография представляет собой синтез фотографии, рисунка и текста, где фотоизображение занимает главное место.





Эффективность фотографии как художественного средства зависит от различных приемов, используемых в ней.

Фотография может быть черно-белой или полноцветной.

Как отмечает С. Пронин: «Черно-белая фотография обладает наиболее сильным выражением эмоций и образов.

Вследствие этого часто можно видеть ее использование в рекламе парфюмированной продукции, одежды, спиртных напитков, где передача эмоционального фона очень важна».

GIORGIO ARMANI

Découvrez le nouveau ArmaniBeauty.com

ACQUA DI GIÒ
ESSENZA

le nouveau parfum





DOLCE & GABBANA
the one

NEW
EAU DE PARFUM FOR MEN

Использование фотографии очень распространено.

Фотографика может использоваться в дизайне наружной и печатной рекламы, упаковки, этикетки и т.д.



TOM FORD
BLACK ORCHID

TOM FORD
BLACK ORCHID
50 ML

Для большей эффективности часто используют приемы, когда рекламный образ выделяют полным цветом. Однако располагают его в черно-белой фотографии.

tele2.ru

**ЗВОНКИ
ВНУТРИ СЕТИ
МИНУТЫ НЕ УКРАДУТ**

на всей линейке
тарифов «Мой Tele2»

TELE2



tele2.ru



СОХРАНЯЕМ ВАШИ МИНУТЫ И Гб

Переносим остатки
на следующий месяц.
Подключайтесь!

На открытых тарифах
линейки «Черные»

TELE2

Не менее популярным в дизайн-проектировании является прием наложения цветного изображения рекламного образа на черно-белую фотографию. Благодаря этому приему достигается большая художественная выразительность.

INTRODUCING A NEW FRAGRANCE L'EAU INTENSE

LOVE, Chloé



WWW.CHLOE.COM/LOVE

Типографика



Большое количество объектов рекламного дизайна связано с применением шрифтов (плакаты, объявления, журналы и т.д.).

Шрифты используются в наружной, телевизионной («бегущая строка») и других видах рекламы.

Шрифт является неотъемлемой частью большинства информационных сообщений.

BIG SLIM
JOHN JOE
FREE **FONT**

**BIG WORDS
DESERVE
BIG
LETTERS**

THE BRIGHTEST
FLAME CASTS
THE DARKEST
SHADOW

Шрифт (нем. schriff) —
в типографике графическая форма
знаков определенной системы
письма.

An aerial photograph of a city, likely New York City, with a strong red color overlay. The buildings are densely packed, and the overall tone is monochromatic red. The text is centered over the image.

SokaQola

A HAND LETTERED TYPEFACE

Типографика — художественное средство, благодаря которому достигается графическое оформление печатного текста при помощи набора и верстки (монтажа).

Типографика является способом проектирования облика произведения печати. Как отмечает В. Кричевский: «Типограф выбирает шрифт, устанавливает форматы, компоует готовые буквы, слова, куски текста, линейки друг относительно друга и относительно колонки, страницы, разворота, листа.

Пространственная организация текста — ключевой и наиболее творческий момент деятельности. В этом смысле типографика — графика расположения, искусство экспозиции двухмерных форм на плоскости»



Luigi Snozzi
Locarno

26.05.15 / 19.00
Audimax
m18.uni-weimar.de/horizonte



Классификации шрифтов:

по технике исполнения:

- рукописный;
- рисованный;
- наборный;

по конструкции букв (по наличию засечек):

- имеющие засечки;
- рубленые;

в зависимости от назначения (часто используемые):

- **текстовые** или **наборные** — для изданий текстов (главное условие — удобочитаемость, обеспечивающая разборчивость и легкость в восприятии, как отдельных букв, так и слов, группы слов);

акцидентные или **выделительные** — для титульных листов и обложек (главное условие — привлекать внимание, нежели обеспечивать разборчивость), но, тем не менее, данные шрифты характеризуются многофункциональностью. Привлекая внимание, они не должны быть необычными, чтобы не соперничать с другими шрифтами, которые находятся рядом;

Букву
на
строкаше

Советы и рекомендации

**Как кастомизировать
рисованные шрифты**

• **декоративные** — острохарактерные шрифты; обычно используются в рекламе (главное условие — максимальное привлечение внимания).

По мнению Дж. Феличи: «Декоративные шрифты привлекают внимание, прежде всего, своей новизной, и только некоторые из них — другими качествами. Они быстро входят в моду и так же выходят из моды: большинство из них мгновенно становятся старомодными»

The image features the text "Ocean Blue" in a white, elegant cursive font. The text is centered horizontally and positioned in the middle of the frame. The background is a deep blue color with a subtle, wavy texture that resembles the surface of water or a draped fabric. The lighting is soft, creating a gentle gradient from a slightly lighter blue at the top to a darker blue at the bottom, with some faint, wispy white lines scattered across the surface, enhancing the oceanic feel.

Ocean Blue

требования к выбору шрифта:

- гармоничность пропорций;
- простота и понятность;
- четкость и соразмерность, обеспечивающие удобочитаемость, (сочетание букв друг с другом в любых комбинациях);
- «ассоциативность» (изящность — массивность, строгость — живость и т.д.);
- назначение шрифта (читаемость шрифта, уместность).