

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

Вікторія Шевченко

ПРИНЦИПИ ДИЗАЙНУ РЕКЛАМИ

Київ
2011

УДК

Ш37

Рецензент: Б. І. Черняков, д-р філол. н., проф.

Затверджено на засіданні кафедри
електронних видань та медіадизайну
Інституту журналістики
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Протокол № 8 від 25 березня 2010 р.

Шевченко, Вікторія

Ш37 Принципи дизайну реклами : текст лекції / В. Шевченко. – К. :
Інститут журналістики, 2011. – 52 с.

© Інститут журналістики, 2011

© Шевченко В., 2011

Принципи дизайну реклами

План

1. Елементи дизайну
2. Прийоми композиції
 - 2.1. Урівноваженість та ритм
 - 2.2. Співвідносність, пропорційність, масштабність, перспектива
 - 2.3. Тотожність, контраст, нюанс
3. Контрольні питання

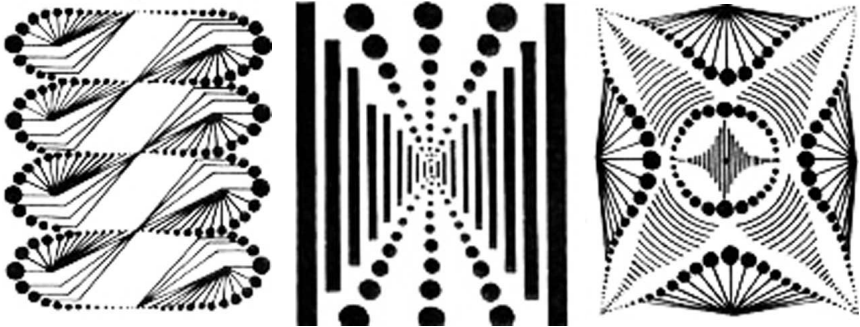
1. ЕЛЕМЕНТИ ДИЗАЙНУ

Дизайн – це конструктивне мислення, матеріалізація ідеї, її вираження. Дизайнер, у першу чергу, – не художник, а творча особистість. Він виконує на професійному рівні те, що люди роблять щодня – коли прибирають у кімнаті, накривають на стіл, одягаються тощо. Порядок, який дизайнер створює з хаосу малюнків, текстів, заголовків і білого простору, сприяє кращому прочитанню і розумінню реклами. Естетичні засоби викликають позитивну реакцію. Краса полягає в простоті, але одночасно й у розмаїтості.

Основа краси – у дотриманні принципів дизайну. Ці принципи застосовуються до найпростіших елементів дизайну: **лінії, тону і плями, форми і силуету**, які через колір, текстуру, розмір, контраст задають напрямок, рух, ритм, урівноваженість, масштабність.

Лінії. Одним із основних елементів композиції є лінія. Вона потрібна для обмеження простору, позначення форми, створення певного середовища, спрямування погляду – хоча і не завжди явного. Вона може бути пряма, крива, ламана, товста і тонка, гладка і груба, безупинна і переривчаста, видима й уявна. За допомогою ліній легко керувати увагою людини, її настроєм. Перш за все лінії працюють у глибину композиції, створюють враження тривимірності. Лінії ведуть за собою погляд – у напрямку горизонту, до певного об'єкта. Лінія надає об'єму пласкій композиції, чіткіше подає просторові форми. Доведено, що різні лінії сприймаються по-різному: вигнуті – заспокоюють, ламані – дратують, вертикальні – передають велич, силу, міць, горизонтальні – спокій та безтурботність, діагоналі надають динаміки.

Лінія може бути самостійним зорово сприйманим елементом. Оточені лінією частини поверхні створюють контур і задають форму. Лінія, яка не змінюється по ширині і світлості втрачає об'ємно-просторові функції і стає графічним знаком, схемою, шрифтом. Потовщення або утоншення лінії, їх світлове модулювання просторово розміщують елементи: фронтальне розміщення, під кутом, переплетення. Лінія передає такі якості як: легкість, освітленість, прозорість, важкість форм, підсилення верху або низу композиції, вертикальну спрямованість.



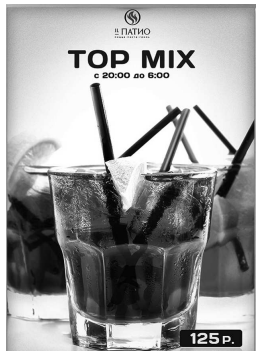
Лінії

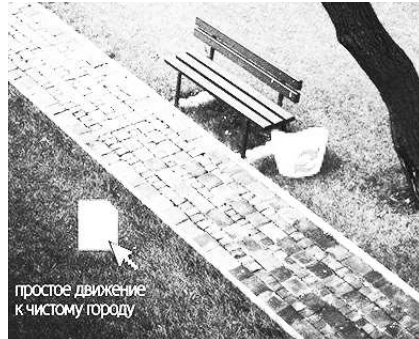
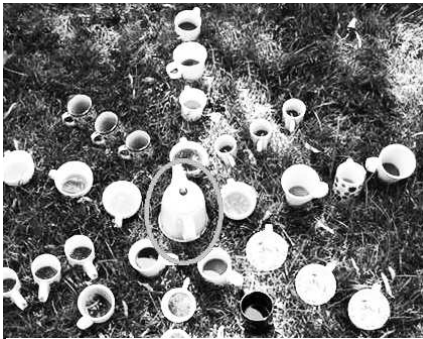
У роботах видатних художників Мікеланджело, Рафаеля, Доре лінія зорово зникає у просторі аркуша або виходить з нього, фіксуючи увагу на деталях обличчя, фігури в просторі і збирає все в одну форму. Принцип недовомки, який примушує глядача завершувати подумки ідею митця, надзвичайно корисний у рекламі. Найбільш цілісно і осмислено він застосовується у китайському та японському мистецтві юген.

Лініями є не тільки власне лінії, але й об'єкти зображення – дороги, стовпи, лінія горизонту, а також напрямок погляду, жест рук. Завжди поверне увагу зображення, в якому лінії виходять з кутів кадру.



Лінії





Лінії

Лінії, які спрямовують погляд, задають настрій і динаміку композиції, керують поглядом людини і вказують послідовність читання. Лінії, які повторюються багато разів, немов би притягують погляд до сюжетно важливої деталі. Найчастіше для цього застосовується зигзаг або дуже виразна S-лінія, хоча вони можуть утворювати будь-які геометричні фігури, які посилюють вплив, створюють композиційний баланс.

Пляма – будь-який об'єкт, який має більш-менш чіткі межі. Це не лише предмети, але й тіні, світлові відблиски, залиття, які можуть виконувати певну функцію. Суцільні тони найчастіше заповнюють основну площу реклами. Пляма в композиції може бути кольоровою чи тональною, вона допомагає акцентувати важливий об'єкт і визначити центр композиції (значеневий). Залежно від розміру пляма утворює відчуття простору, порожнечі, самотності, або ж суєти і скупченості.

У композиції важливо, щоб плями не стикалися з межами композиції. Правий та лівий краї мають компенсувати один одного – тоді принцип виходу плями за поле зображення буде ідентичним.

Один із проявів плями – **текстура**, якою є, по суті, сам папір, на якому друкується реклама, або є будь-яке тло, яке сприймається грубим, гладким, м'яким, рівним, глянцевим, із візерунком.



На картині Клода Лоррена пляма дерева – центр композиції – тримає всю композицію, світле небо відтінює його. Всі другорядні об'єкти прив'язані до центра композиції: передній план – нахил дерева, глибина – через ритм будинків праворуч, ліва частина зв'язана ритмом колон мосту. Темна пляма переважає на

світлому тлі, відсутні дрібні елементи, що відволікають увагу, елементи пропорційні і збалансовані.



На картині Хокусая подібна композиція, але з персонажами, які ідеально вписуються у середовище, кожна деталь на своєму місці: дерево – центр, плями будинків врівноважені розмірами і відстанню від центру.

Форма і силует. Силует є комбінацією лінії і плями, але в основному він виявляє себе як темна форма на світлому тлі. Форма утворюється з'єднаннями, ламаними чи вигнутими лініями, формами, плямами. Краса і граціозність обрисів силуета додають композиції неповторність і деяку чарівну індивідуальність. Світлові плями членують зображення, силуети утворюють ритм, надають динаміку.

Будь-який об'єкт, у тому числі й деталь реклами, можна представити у вигляді абстрагованої узагальненої форми – кола, квадрата, овалу, прямокутника, лінії. За допомогою цих елементів будується конкретна композиція. Сполучення зображень, шрифтів, декоративних елементів, які не вписуються у задану форму порушує цілісність сприйняття, відволікає увагу від основного змісту, не дає встановити яскравий акцент.

Відомо, один елемент на будь-якому тлі переймає на себе всю увагу глядача. Зміст подібної композиції – врівноваженої, неврівноваженої, статичної, динамічної, симетричної – визначається місцем цього елемента, тобто зоровим (композиційним, змістовим) центром, а не його розмірами і характером.

У композиції з двома чітко окресленими елементами проблема встановлення зорового центру полягає в рівномірному розподілі уваги глядача

між двома елементами або у перевазі одного з них. Увага глядача в цьому випадку або розподіляється між двома елементами рівномірно, або перевага надається одному з них. Тут виникає проблема вибору засобів для досягнення рівноваги, рівноправності рівного, симетрії або асиметрії, контрасту, балансу нерівного. Допомагають також система вісей, діагоналей, прийоми пропорційних членувань.



Форма і силует

Головний елемент композиції – це не завжди найбільший або найяскравіший, або розташований на першому плані. Перший план може бути підходом до головного, а інші просторові плани будуть виконувати функцію доповнення. Вони створюють оточення головної події, декоративне обрамлення, яке так чи інакше пов'язані з головним.

2. ПРИЙОМИ КОМПОЗИЦІЇ

Прийомами композиції є: урівноваженість, ритм, протяжність (напрямок, рух), перспектива, пропорційність, масштабність, тотожність, контраст і нюанс, фрагментарність (акцентування), послідовність, просторовість (відкритість), простота та чіткість, єдність стилю та цілісність, доречність, увага до деталей, індивідуальність.

2.1. Урівноваженість та ритм

Коли реклама "урівноважена", вона сприймається цілісною і завершеною, хоча її елементи (картинка, фотографія, заголовок і текст) можуть бути дуже динамічні.

Дизайнер має справу з двома видами рівноваги: **формальною (симетричною) і неформальною**. При формальній рівновазі кожен елемент однієї сторони реклами відповідає за формою і розміром елементу на іншій сто-

роні. Елементи, що заходять за уявну вертикальну лінію, розташовуються симетрично щодо цієї осі. При неформальній рівновазі оптична рівновага теж витримується, але за допомогою форм, кольорів, інших засобів.



Урівноваженість

Великі і чорні елементи мають більшу "вагу" ніж дрібні і сірі. Те саме стосується елементів незвичної форми у порівнянні з елементами звичайної конфігурації, кольорових елементів у порівнянні з чорними і білими.

Найкращі врівноважені композиції складаються з невеликої кількості елементів, прикраси в них майже відсутні. Тоді оформлення стає виразним, а зайві деталі не відволікають увагу.

Адекватність зорового образу забезпечує врівноваженість і постійність сприйняття розмірів та форми. Наприклад, автомобіль у різних пропорціях виглядає по-різному, але людина завжди його впізнає. Константність сприйняття дає можливість людині правильно оцінювати розмір і реальну форму об'єкта, відрізнити його на фоні інших об'єктів.



Ритм

Чіткість сприйняття композиції, її запам'ятовуваність залежать від повторюваності елементів – зображень, текстів, пауз. Чим монотонніший повтор – тим нудніша композиція, складні, "рвані" повтори роблять композицію експресивною.

Ритм і метр – поняття взаємозв'язані, однак вони означають різний ступінь складності і варіантності чергування. Ритмічні повтори можуть бути рівномірними, спадними чи наростаючими. Відповідно до цього повторюваність може бути двох типів:

- ♦ статична (метрична);
- ♦ динамічна (ритмічна).

Поняття статичної і динамічної закономірності властиве геометричним формам: прямій лінії, площині, циліндричній і кульовій поверхні з рівними ділянками. Криві конічного перетину (еліпс, парабола і гіпербола) відносять до динамічних кривих, як і всі інші поверхні, утворені на їхній основі. Метричні та ритмічні повтори елементів допомагають краще організувати текст. Регулярна поява одного й того ж елемента чи закономірне чергування декількох елементів породжує у людини почуття ритму, організованого руху від одного об'єкта до іншого.

Статичні композиції отримують застосуванням:

- ♦ елементів з кількома вісями симетрії;
- ♦ елементів простих геометричних прямолінійних форм;
- ♦ елементів без внутрішнього членування на частини або з чітким членуванням;
- ♦ ілюзорно плоских або майже плоских елементів.

Для побудови динамічної композиції необхідно постійно зберігати загальну динаміку всіх елементів, що передбачає неоднаковість, контраст і протиставлення різних елементів композиції.



Динамічна композиція

Цього досягають за рахунок:

- ♦ ритму різних за розміром, але однакових за формою елементів;
- ♦ ритму різних за формою і розміром елементів;
- ♦ поступового збільшення або зменшення розмірів;
- ♦ чіткого напрямку руху елементів композиції, нахилу елементів;
- ♦ зсувом форм елементів і надання уламкам форм спрямованого руху;
- ♦ застосуванням у композиції рухомих об'єктів.

Ритм задають стовпи уздовж дороги, будинки на вулиці, люди в однаковому одязі, а також текстові блоки на сторінці, чергування зображень і заго-

ловків, паузи у шрифтових композиціях. Навіть у самих статичних композиціях можна відшукати прояв ритму – ритм плям, кольору, ліній, ритм руху і т. д.

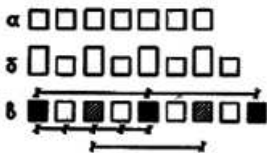
Статичну замкнену композицію можна перетворити на динамічну:

- додавши спрямованості за якоюсь із координат;
- перетворити симетричну форму в асиметричну і навпаки;
- ілюзорно зменшити або збільшити простір;
- порушити центричність, ілюзорно змінивши співвідношення координат;
- повністю деформувати простір.

Метричний порядок (метр) – найпростіший прояв ритму з характерним повторенням у композиції однакових або подібних ознак при рівних інтервалах між ними. Обов'язковими умовами статичної композиції є: симетрія відносно хоча б однієї вертикальної площини, пропорційність площ тла і композиції та виразність силуетних обрисів елементів. Метр надає композиції строгості і врівноваженості. Повторення полегшує сприйняття форми, робить її більш чіткою та ясною, але при великій протяжності форми метричний ряд може виглядати монотонним. Прикладом метричного ряду служать лінійний орнамент із простих елементів, розташування колон в античних храмах, рівномірне розташування кнопок приладів. У періодичному виданні прикладами метричного повтору є рядки текстового набору, стандартні колонки. Метр простий для сприйняття, оскільки застосовують пласкі елементи і рівномірно зафарбований фон, щоб уникнути руху у глибину простору.

За наявністю чи відсутністю інтервалів між елементами метричні ряди можна розділити на дві групи: переривчасті і беззупинні (членування ряду – на стиках між елементами).

1. *Простий ряд* – на основі повтору одного елемента з рівним інтервалом (а). Він може складатися з кількох різних метричних рядів (б, в).



2. *Складний ряд*:

♦ чергування елементів з однаковим інтервалом (а – білі елементи чергуються з чорними, б – чергування двох чорних елементів, в – чергування чорних, сірих і білих елементів);



◆ чергування рівних форм із нерівними інтервалами (а – чергування малого і великого інтервалів, б – чергування двох малих і двох великих інтервалів, в – чергування трьох різних інтервалів);



◆ чергування нерівних елементів на нерівних інтервалах.



При кількох метричних рядах композиція стає насиченою і виразною. Ясність її досяжна за рахунок чіткого контрастного протиставлення однієї групи елементів іншій. Необхідно також, щоб другорядні ряди доповнювали і підтримували головні.

Статична композиція не виключає домішки у статичну систему окремих динамічних елементів (контраст за розміром, протиставлення форм, кольорів), які дають можливість глибше зрозуміти головну ідею, вносять елемент несподіванки у задум. Найкраще ідею статички виражають симетричні елементи, що мають дві взаємно перпендикулярні площини симетрії.

Метр – це та одиниця, у межах якої виявляються ритмічні повтори. Ритмічні чергування більш складні, вони доповнюють метричні повтори і, як правило, ґрунтуються на них.

Ритм (грец. слово, означає – розмірність, узгодженість) – закономірне, рівномірне закономірне чергування, повторення або зміна однорідних, або подібних геометричних форм, плям і ліній; у певному порядку може зростати їх розмір та обсяг, посилюватися тонува чи кольорова насиченість, змінюватися інтервали між ними тощо. Ритм властивий різним явищам і формам природи, виробничим процесам, творам мистецтва, він є одним із важливих засобів приведення різноманітних елементів форми до єдності, упорядкування їхнього розташування, зв'язку окремих ліній, площин, форм. Певний ритм створює напругу дизайнерської роботи й одночасно спрощує бачення, керує поглядом глядача по елементах (тексту або зображення), допомагає цілісному сприйняттю групи об'єктів.

З усіх ознак форми найбільш важливими для ритмізації є **розмір**, потім **інтервал** та **освітленість**. Елементи реклами можуть бути різних розмірів, але більше привертають увагу елементи більшого розміру. Ритмічні ряди сприймаються в напрямку від великих елементів до менших, від темних до

світлий, від малих інтервалів до великих. Акценти та паузи створюються зміною насиченості шрифту, пробільними та декоративними елементами, наприклад, ритмічність абзаців. Ритмічне зображення об'єктів, які поступово зменшуються, задає напрямок, утворює **перспективу**.

Динамічні (ритмічні) ряди складають такі закономірності:

♦ Закономірність ритмічного ряду, побудованого на арифметичній прогресії, полягає в тому, що постійно зберігається різниця між будь-якими двома сусідніми інтервалами. Найпростіший приклад – ряд 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7:

а – зростання інтервалів на постійну величину;

б – зростання інтервалів на двічі зростаючу величину.

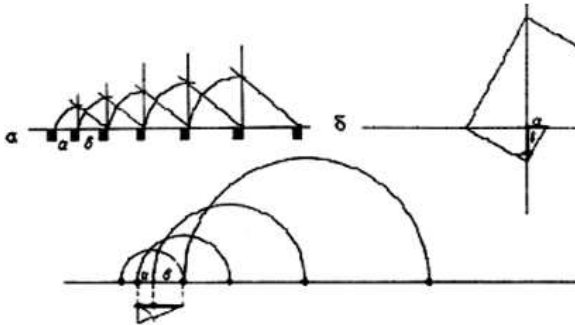


♦ Геометрична прогресія є закономірністю ритмічних рядів, у яких величина кожного наступного члена (інтервалу) дорівнює величині попереднього, помноженого на постійну кількість (б):

а – на основі горизонтальної прямої, "а" і "б" задані члени ряду;

б – задані члени ряду "а" і "б" відкладаються з однієї точки перетину перпендикулярних осей;

в – зміна членів ряду на основі "золотого перетину".



♦ Динамічний ряд, утворений сполученням і накладенням простих метричних рядів:



а – зміна величини елементів метричного ряду;



б – зміна величини елементів та інтервалу між ними;



в – зміна величини і кількості елементів ряду й інтервалів між ними;



г – дзеркальна перестановка метричних рядів;



д – два динамічні ряди, що ґрунтуються на метричному членуванні;



е – динамічні акценти в метричному ряді.

Важливо, щоб у ритмічному ряді було не менше шести елементів, інакше ряд не буде простежуватися.



зміна відстані



зміна кольору



зміна нахилу



зміна форми

Ритм визначає не тільки розмірність, але й напрямок композиції, колір, пластику й інші образотворчі властивості. Ритмічний розвиток може йти по горизонталі або вертикалі, по квадрату, колу, по плавній кривій, наприклад, по радіусах, по спіралі, по сітці. Але, якщо до основного напрямку додати деталь, розташовану під іншим кутом, – композиція розпадається.



Приклад ритму.

Частина витка спіралі повернена кілька разів навколо крайньої внутрішньої точки

Різноманітні властивості можуть змінюватися паралельно, наприклад, одночасне зростання розміру і яскравості елементів, або назустріч, коли розмір об'єктів зростає, а яскравість падає. При рівнобіжному розвитку різноманітних властивостей ритм композиції підкреслено активний, пришвидшений, при зустрічній зміні – більш складний для сприйняття.

Один із проявів ритму по спіралі – фрактал (від лат. fractus – подрібнений) – фігура, малі частини якої в довільному збільшенні є подібними до неї самої; вид художньої роботи, при якому основний елемент багато разів повторюється у різних варіаціях. Цей термін було введено у 1975 р. французьким математиком Бенуа Мандельбротом. Фрактали є продуктом комп'ютерної графіки.

Виразні можливості ритмічних систем мають бути завершені, тобто закриті, інакше вони виглядають випадковими фрагментами цілого. Для завершення ритмічного ряду на його кінцях розміщують ширші чи вужчі елементи порівняно з серединою, крайні елементи виділяють кольором, фактурою, текстурою й іншими засобами.

Ритму підпорядкований порядок, зв'язок, побудова всіх елементів видання, він спонукає до подолання статичності візуального ряду, змушує його дихати і рухатися. Три-чотири повтори налаштовують на ритм, створюють ефект очікування. Ритм застосовується для акцентування у складних композиціях з кількома зображеннями або елементами.

Ритмічне чергуванням елементів та їх зорових форм формує такі важливі категорії композиції, як:

- ◆ пропорційність,
- ◆ масштабність,
- ◆ вагу,
- ◆ колір,
- ◆ контраст,
- ◆ часову та просторову протяжність.

2.2. Співвідносність, пропорційність, масштабність, перспектива

Будь-який об'єкт має розміри у дво- чи тривимірній системі і сприймається співвідносно своїх розмірів та розмірів інших об'єктів. Розміри об'єкта знаходяться у визначеній пропорції, звичній для сприйняття, тому будь-яке порушення цих пропорцій викликає у людини відчуття невдоволеності. І навпаки, коли всі частини правильно співвідносяться між собою і з цілим, він виглядає гармонійно і завершено. Один об'єкт у рекламі може бути порівняний лише із своїми власними розмірами та розмірами тексту. Будь-яке середовище, тло надає композиції глибину і співвідносить даний об'єкт з іншими елементами.

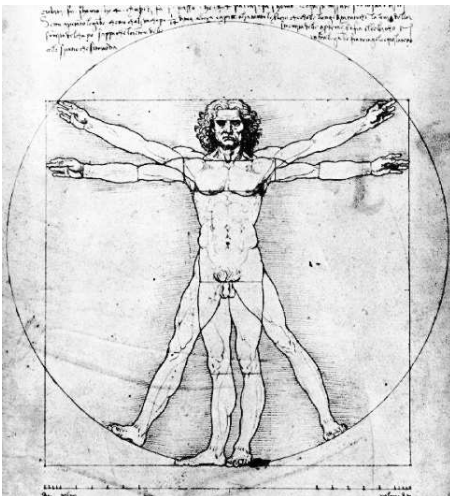


Співвідносність

Співвідносність – особливість сприйняття, яка виражається у тому, щоб усі властивості одних об'єктів сприймалися порівняно із

тими ж властивостями інших об'єктів. На цій властивості базуються такі прийоми композиції як масштабність та пропорційність. У співвідносній композиції об'єкти, світло, тінь, колір балансують один одного. Наприклад, якщо у дерев буде обрублений низ, людина буде шукати точку опори.

Для рекламного дизайнера пропорції створюються співвідношеннями розмірів, тобто відношенням ширини реклами до висоти, ширини елемента до висоти, розміру площі одного елемента до розміру площі другого, величини проміжку між двома елементами і величиною проміжку між двома і третім елементом. Гармонійних пропорцій необхідно дотримуватися у графічному формуванні цілого і частин цілого. Врівноважені пропорції створюють відчуття сталості, наприклад, куб має однакові розміри по висоті, довжині і ширині, тому створює відчуття стійкого й статичного, а тонкий брусок, витягнутий у довжину – є динамічною конструкцією. Яскраво виражені пропорції наділяють рекламу просторовими властивостями,



Пропорційність

бачили еталон пропорційності у фігурі людини і будували свою систему пропорцій на підставі розмірного співвідношення частин тіла людини. Математичну основу для найкращих пропорцій шукали Вітрувій, Дюрер, да Вінчі, Ле Корбюзьє. Давньоримський зодчий Вітрувій писав у своїх "Десяти книгах про архітектуру", що гарна зовнішність "досягається, коли висота спорудження відповідає її ширині, ширина – довжині і коли, одним словом, усе відповідає належній домірності... Коли буде встановлена основа домірності, пропорційність та шляхом обчислень розраховані усі розміри, потрібно взяти до уваги умови місцевості, або призначення будови, або його зовнішній вигляд, та шляхом скорочень або додавань досягти такої

пов'язаними з вертикальним чи горизонтальним рухом або зі статичністю. Дизайнер має підсилити існуючі властивості або протиставити їх.

Пропорційність – співрозмірність цілого і частин, що простежується при переході від однієї частини форми до іншої і до всієї форми в цілому; співвідношення горизонтальних та вертикальних розмірів. Взаємозв'язок частин і цілого виражається математичними співвідношеннями.

Пошуки ідеальних пропорцій велися здавна і продовжуються дотепер. Ще стародавні єгиптяни

врівноваженості, щоб після цих скорочень та додавань у розмірності все мало вигляд правильного". Пропорцію Вітрувій визначав як "відповідність між членами усього твору і його цілим стосовно частини, прийнятої за вихідну, на чому і заснована вся домірність".

Леонардо да Вінчі у "Трактаті про божественні пропорції" виявляє досконалість природних форм, у тому числі і людських. Саме він зобразив "Вітрувіанську людину" (на честь геніального римського архітектора Маркуса Вітрувія) як міру всього живого. Наскільки природа досконало будує свої форми, наскільки сильно ми залежимо від них у процесі свого естетичного і художнього становлення.

Одним із останніх прикладів пошуку ідеальної системи пропорцій є модульор, розроблений видатним архітектором ХХ ст. Ле Корбюзьє. Модульор представляє собою сукупність пропорційних величин, в основі якої лежать пропорції людського тіла, а також принципи золотого перетину і ряду Фібоначчі.

У дизайні неможливо розглядати одні співвідношення, лінійні, наприклад, окремо від інших (кольорових, тональних, перспективних, площинних). Наприклад, важка голова на тонкій шиї – помилка чи гротеск?

Площинні пропорції історично виражаються у таких гармонічних пропорціях, які лежать в основі форматів друкованих видань:

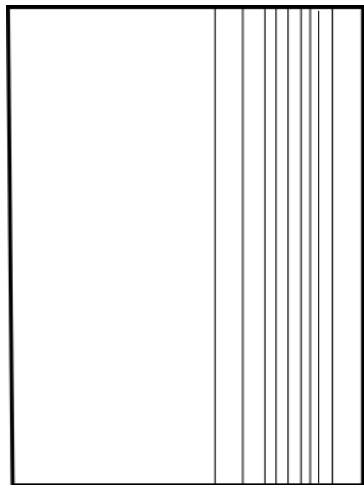
а) В, С, Е, Н, К – раціональних, виражених малими цілими числами, причому число 6 вважається крайнім для співрозмірності, 2:3; 3:4; 3:5;

б) А, D, F, G, І – ірраціональних, отриманих у результаті геометричних побудов та виражених золотим перетином, 1: 2; 1: 3 тощо.

Лінійні відношення ширини до висоти виступають як естетичний критерій:

- ♦ простих чисел, які піфагорійці визначали як музичні інтервали (1:2 – октава, 2:3 – квінта, 3:4 – кварта тощо) і показують відношення довжини звучних струн;
- ♦ золотого перетину 1:1,618;
- ♦ ряду Фібоначчі, в якому кожне число дорівнює сумі двох попередніх: 1:2:3:5:8:13:21:34:55:89:144 тощо;
- ♦ сторони квадрата до його діагоналі 1:2 (1:1,414) – "піфагорові штани";
- ♦ сторін прямокутника, побудованого на основі п'ятикутника 1:1,538;
- ♦ арифметичної прогресії, коли кожне наступне число дорівнює попередньому із додаванням постійного числа d: 2:5:8:11:14:17, де d = 3;

Порівняльна ширина
прямокутників книжкових сторінок



A B C D E F G H I K

- ♦ геометричної прогресії: 1:3:9:27:81;
- ♦ квадратичні співвідношення: 2:4:16:256;
- ♦ пропорції 1:1,732 (1:3), 1:2,236 (1:5);
- ♦ гармонійної прогресії за загасаючою синусоїдою: $1/2 : 1/3 : 1/7$.

Порівняльна ширина прямокутників книжкових сторінок:

A 1:2,236 (1: 5) В 1:2 (1: 4) С 5:9 D 1:1,732 (1: 3) Е 3:5
 F 1:1,618 (21:34) (золотий перетин) G 1:1,538 H 2:3
 І 1:1,414 (1: 2) К 3:4

Найуживаніша пропорція – пропорція золотого перетину, поняття якого ввів Леонардо да Вінчі. У його основі лежать пропорції людського тіла. Як сказав Протагор: "Людина – міра всіх речей". Всю розумність співвідношення частин людського тіла природа будувала на функціональній необхідності, і цю природну розумність закладено в основу естетичного сприйняття. На пропорціях золотого перетину будувалися єгипетські піраміди, старогрецькі храми, створювалися предмети побуту.

Золотий перетин – гармонічний поділ відрізка на дві частини таким чином, щоб менша частина так відносилася до більшої, як більша до цілого:

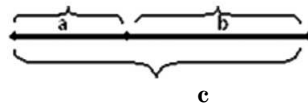
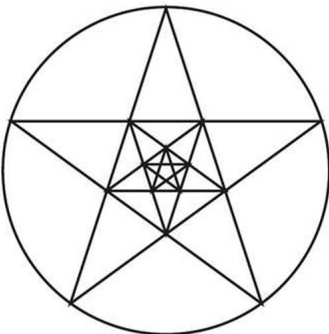


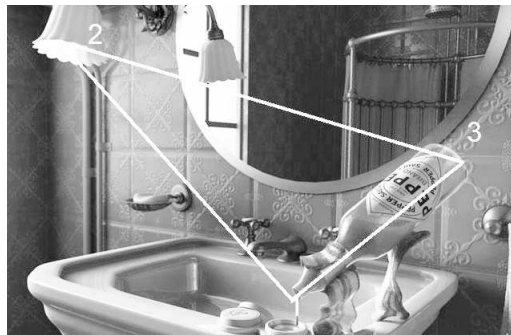
Рис. 12. Золотий перетин

- $a/b = b/c$, де a – менший відрізок;
- b – більший відрізок;
- $c = a + b$. Або $a:b = (a+b) : a$.

Відповідно до пропорцій золотого перетину будь-яку композицію можна розділити на зони уваги таким чином, щоб погляд людини обов'язково зупинився на значеннєвих елементах. Так, поділ по горизонталі та вертикалі лініями створює вузлові точки, в яких слід розмішувати елементи, адже погляд тут зупиняється безвідносно до формату і пропорцій самої композиції.



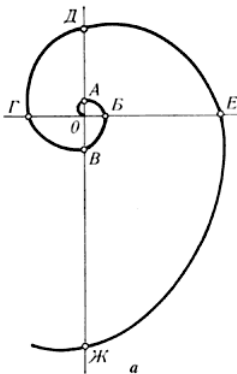
Золотий трикутник



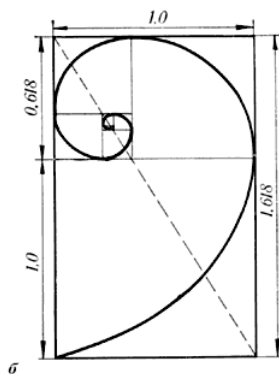
Ідеальним вираженням пропорційності є співвідношення 34:21, а точніше 0,618. Ця пропорція часто зустрічається в природі (пропорції тіл тварин, птахів, комах, людини тощо). Прямокутник із співвідношенням сторін, рівними 34:21 називають золотим прямокутником, його діагональ – "активною" діагоналлю, а число 1,618 – золотим числом, числом ϕ .

На прикладі сторінки друкованого видання золотий перетин застосовується так: місце більшого відрізка лінії займає висота сторінки, місце меншого – її ширина. Але найважливішим у виданні є не розміри самої сторінки, а відношення висоти і ширини шпальт, окремих текстових та зображальних блоків. Щоб знайти розмір більшого відрізка по відомому меншому, розмір останнього множиться на 1,618. Так, за шириною шпальти або рекламного блоку можна визначити висоту, що відповідає закону золотого перетину. Якщо початковими взяти 10 мм, тоді значення такі: 10 : 16,18 : 26,17 : 42,35 : 68,53 : 110,9... Наприклад, розмір реклами 68,5x42,35 мм, всередині якої логотип займає площу 16x10, заголовок 42x10, зображення 16x42, інші елементи вираховуються з пропорції золотого перетину у той же спосіб.

Числа Фібоначчі, названі за прізвищем італійського математика XII ст., відображають пропорцію золотого перетину. Це – 5:3, 8:5, 13:8 тощо, математична прогресія (сума двох попередніх дорівнює третьому, а частка двох



Числа Фібоначчі



сусідніх наближена до числа ϕ). Відповідність природних пропорцій до числа ϕ вказує на зв'язок усіх живих істот. Раніше вважали, що число ϕ було зумовлене Творцем Всесвіту. Так, наприклад, у морської раковини наутилуса співвідношення діаметра кожного оберта (витка) спіралі до наступного дорівнює числу ϕ .

Насіння соняшника також розташовуються по спіралі проти годинникової стрілки і діаметр кожного ряду також відповідає числу ϕ . Такі ж відношення мають листя кукурудзи чи лілії, сегменти тіл комах. Відстань від плеча до кінчиків пальців поділена на відстань від ліктя до кінчиків пальців також відповідає цьому числу, або від верхньої частини стегна до землі поділена на відстань від коліна до землі.

WORLD LEADER IN BEAUTY

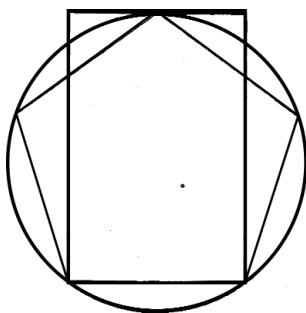


Числа Фібоначчі

Хоча в ряді Фібоначчі всі числа знаходяться одне відносно іншого у відношеннях "золотого перетину", визнано, що кращу гармонію створюють відношення сусідніх чисел: 3:5, 5:8, 8:13, або, при трьох розмірах – 3:5:8, 3:5:13, 3:8:13 тощо. Ці пропорції визначають відношення малих і великих літер шрифтів, розміри полів сторінки, форму і розташування зображень, розмір проміжків між лінійкою, заголовком і текстом.

При створенні реклами варто враховувати, що в прямокутних побудовах існує не один напрямок, а два – горизонтальний і вертикальний, які сприймаються по-різному. Розгляд вертикалі потребує більшої напруги, ніж розгляд горизонталі. М. Щелкунов походження пропорцій золотого перетину пояснював особливостями будови людського ока та вказував на

Прямокутник
на основі п'ятикутника



правомірність застосування пропорцій, що не входять у "золотий ряд", але утворюють не менш гармонічні відношення: від 10:13 до 10:17. Давня вимога, щоб висота газетного підвалу була не більше і не менше однієї третини шпальти, заснована на законі золотого перетину.

Ірраціональне відношення сторін прямокутника на основі п'ятикутника 1:1,538 виражає пропорційні відношення ряду форматів друкарських паперів, формат реклами 13x20 см також відповідає цій пропорції.

Відношення сторони квадрата до його діагоналі – $1:2=1:1,41$ відповідає стандартному формату паперу 70:100; 60:84, або А3 (297x420 мм). Таку пропорцію можна отримати виконавши дії:

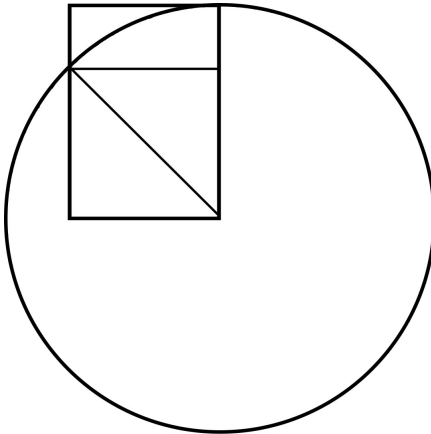
1. Намалювати квадрат.
2. З верхнього лівого кута до нижнього правого провести діагональ.
3. Намалювати дугу, використовуючи правий нижній кут як центр, з початком у верхньому лівому куті.

4. Праву сторону квадрата продовжити до перехрещення з дугою. Утворити прямокутник.

Дизайнери постійно стикаються з пропорційними побудовами: стоюється це вибору формату, полів, зображення, створення макета видання, реклами, сторінки або розвороту, шрифтової композиції чи заголовкового комплексу, вибору кегля шрифту й інтерліньяжу.

Пропорції прямокутників текстових та зображальних блоків, витягнутих по горизонталі або вертикалі, можуть бути різноманітними. Але ця розмаїтість умовна – в їх основі завжди чітко вивірена пропорційна стандарт-

Золотий прямокутник



на сторінка чи блок, ширина якої кратна горизонтальним сторонам усіх прямокутників. Прямокутні блоки текстів та зображень на сторінці повинні з'єднуватися за дотриманням композиційних законів. Наприклад, розташовуючи за принципом контрасту витягнуті по горизонталі або вертикалі блоки, необхідно досягти їх гармонійного поєднання між собою і сторінкою в цілому, зрівноваженості та типізації, при цьому не забувати – будь-яке відхилення від типового стає акцентом або дисгармонією.

Вивчення класичних зразків рукописних книг дав змогу типографу, викладачеві і письменнику Яну Чихольду виявити канони старих майстрів і запропонувати видавцям універсальний метод конструювання сторінок, шпальт і полів, відшукати гармонійні зв'язки всіх елементів розвороту. Ідеальне розташування елементів розвороту, канон середньовічних книг, Ян Чихольд реконструював у форматі сторінки з пропорцією 2:3. Душан Шульц розвинув методику конструювання книжкових розворотів Я. Чихольда і доповнив систему форматів книг та журналів. Він пояснив переваги й естетичність пропорції Я. Чихольда: повторення двох сторінок з відношенням ширини до висоти 2:3 складає розворот із тієї ж пропорцією; паперовий аркуш у пропорції 2:3 (наприклад, 60х90) при стандартному фальцюванні у всіх частках буде зберігати вихідне відношення сторін, а також запропонував побудови, що враховують звуження або розширення форматів видань зі збереженням пропорційних зв'язків сторінок та розворотів.

Відношення 1:1 або 2:1 невиразні і застосовуються лише якщо застосовується модульна композиція або демонструється геометричність. Потріб-

но уникати того, щоб один фрагмент чи елемент був вдвічі більшим, меншим, ширшим, вузким, на подвійній відстані... – це розділяє композицію на частини і композиційним центр стає майже невловимим, другорядне і головне зливаються.

Належні пропорції досягаються також розстановкою проміжків між елементами таким чином, щоб око не вловлювало членування, особливо на рівні частини. Напруга білого поля, стягування його довкола форми і силуету відбувається через властивості нашого бачення, будь-який елемент воно визначає як контраст до тла, як предмет у просторі.

Перспектива – важливий прийом композиції, в якому глибина тривимірного простору передається зміною розмірів, обрисів, різкості, детальності предметів. У перспективі важливі: глибина, опорні точки, послідовність розміщення елементів. Співвідношення розмірів створює ефект глибини простору – перспективи. До епохи Відродження художники майже не намагалися передати перспективу. Леонардо да Вінчі, Дюрер, Мікеланджело довели мистецтво перспективи до досконалості.

Лінійна перспектива – закономірна зміна масштабів зображення різнопланових об'єктів на площині, її головна ознака – зменшення масштабів предметів, що віддаляються. Інша ознака – намагання паралельних ліній зійтися в одній точці на лінії горизонту.



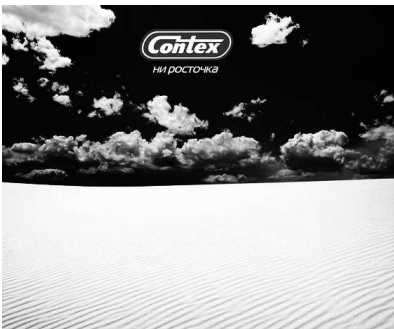
Лінійна перспектива

Перспектива може бути також бічною або центральною. Бічний напрямок посилює відчуття простору, оскільки більш відчутна різниця масштабних змін, позначення діагоналей, відсутність незаповнених просторів.

Кольорові співвідношення передають емоційний настрій. Кольори сприймаються не самі по собі, а як природні властивості матеріального світу, у зв'язку з іншими кольорами, оточенням, освітленням, навколишнім середовищем. Вони в уяві людей завжди пов'язані з певними предметами, їхньою формою, матеріалом, освітленням, призначенням. За допомогою спеціально підбра-



Кольорові співвідношення



Кольорові співвідношення

Кольорові співвідношення: яскраво – темно, темно – світло, більше – менше. Контраст площі кольорових плям залежить від пропорційного відношення сусідніх і домінуючих кольорів. Порушення рівноваги між кольоровими плямами створює напругу між ними. Маленька пляма починає вимагати більше уваги до себе, виглядає яскравіше, більш динамічно.

Від ступеня контрастності кольорних співвідношень залежить характер сприйняття композиції – миттєвий, як у плакаті, або тривалий, як у багатоколірному інтер'єрі. Пошуки кольорних співвідношень завжди пов'язані з конкретною метою, конкретним випадком, конкретними композиційними завданнями. Пошуки системи цілісних співвідношень засновуються на загальних закономірностях композиції, а також на структурних закономірностях поєднання кольорів. Наприклад, червоний колір створює напругу, відповідно до його кількості емоційна напруга зростає. Застосування однієї



Кольорова пляма

кольорової гама чи протилежних кольорів дає можливість викликати потрібні асоціації у споживача реклами.

До специфічних природних структурних закономірностей, властивих власне кольорам і поєднанням кольорів, належать:

- одночасний і послідовний контраст кольорів;
- гармонійна система рядів;
- умови об'єднання і членування кольорів;
- колірний контраст;
- колірна гама і колірна тональність;
- психологічні особливості впливу різних кольороносіїв.

Тонові співвідношення утворюються зміною світла, тону і півтону певної кольорової гама, які розміщуються в ахроматичному ряді на однаковій відстані один від одного (однакові світлотні інтервали між тонами). Цю закономірність виявив В. Оствальд. Інший принцип тонових співвідношень – на основі ряду Фібоначчі: 1:2:6. Тобто розміри плям мають співвідноситися відповідно до цифрових значень ряду.

Яскраве виділення можна зробити лише порушенням візуальної рівноваги між кольорами. А у створенні рівноваги беруть участь два параметра: площа плям і їхня світлота. При рівній площі світлі плями виділяються більше, ніж темні. Тобто при зменшенні площі світлої плями і збільшенні площі темної можна досягти рівноваги між ними, щоб жодна пляма не виділялась – створити нейтральну композицію із відчуттям спокою і стабільності.

Логіка цих співвідношень визначає емоційний фон композиції, що може стати напруженою, активною, спокійною, в'ялою, тьмяною (тусклою). При цьому конкретні тони або півтони, їхні світлові глибини визначаються конкретним змістом реклами.

Двотонні ахроматичні композиції є найпростішою тональною композицією. Рівноступеневі гармонії сірих тонів створюють відчуття спокою, врівноваженості, навіть одноманітності. Нерівномірність посилює експресивність світлотних відношень.

Кожен з елементів у *тритоновій* композиції має відносну частку самостійності. Відносність елементів має відповідати закону підпорядкування (один елемент має домінувати, підпорядковувати собі інші).

Емоційна виразність ахроматичних композицій залежить від тонових співвідношень.

1. Світлотний діапазон ахроматичних тонів:

- ♦ чорний, білий та сірий будь-якої насиченості – висока контрастність, напруга, активність, експресивність, гарно сприймається з далекої відстані,

- ♦ світло-сірий діапазон – від білого до середньої насиченості сірого – легкість, м'якість, повітряність, ліричність, інтимність, ніжність. В них відсутні протиставлення і контрасти, тому простежується спільність, цілісність тонального стану, спокійне емоційне звучання;

- ♦ середньо-сірий діапазон – лише сірі відтінки без чорного та білого – нейтральний, спокійний, стриманий, без динамічної напруги і тональних відношень, найбільш статичні, але маловиразні. Дають можливість акцентувати у сполученні з хроматичними кольорами;

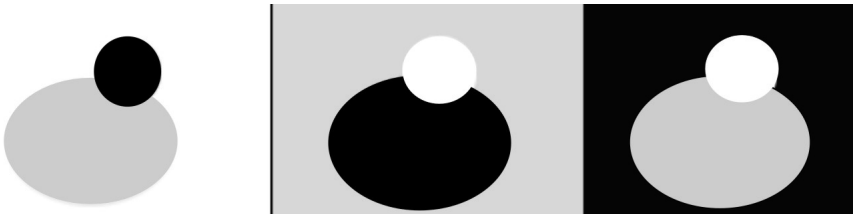
- ♦ темно-сірий діапазон – від сірого до чорного – світлотні контрасти стримані; суворість, похмурість, відчуття суму, драматизм, трагедійність.

2. Взаємодія світлотних тонів (світлотний контраст) у будь-якому діапазоні сірого. Найважливіше значення має відношення сірого тону до білого і чорного (або до найсвітлішого та найтемнішого). Виразність передається площею світлих та темних плям по відношенню однієї до іншої та до тла. Саме плями утворюють форму елемента. Якщо один елемент домінує – інші підтримують, доповнюють і розвивають основну тему.

- ♦ сірий – середній відносно темного та світлого, однаково контрастує з ними – гарно читають світлі і темні елементи, відчуття статички;

- ♦ сірий зсунутий до темного, що дає можливість акцентувати світлим, навіть невеликого розміру – ефект свічення;

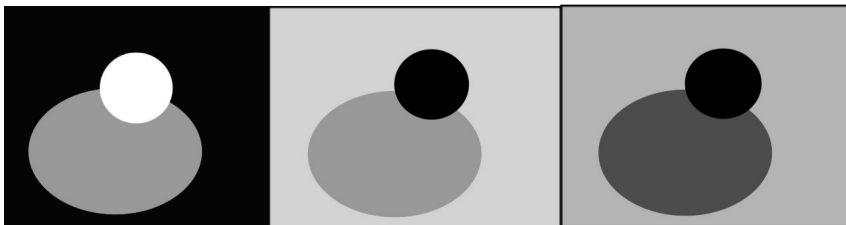
Світлотний діапазон ахроматичних тонів



- ♦ сірий зсунутий у бік світлого – акцентування темним.

3. *Пропорційне відношення площ кожного тону, що досягається двома способами:*

- ♦ відношення зорovo однакових площ всіх трьох тонів – тонально статична композиція, врівноважена. Хоча ритмічний малюнок певного тону може перенести напругу на відношення тонів;
- ♦ площі підпорядковані одна одній завдяки пропорційному відношенню площ: одна – 50 %, друга – 32 %, третя – 18 %, що відповідає пропорції золотого перетину.

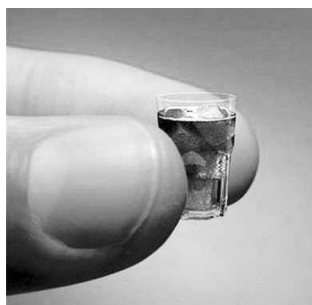


Кольорова пляма

Світло не обов'язково повинне бути максимальним (так само як і тон), а півтон може знаходитися в будь-якій точці шкали між світлом і тоном.

Система пропорцій – це найважливіший виразний засіб композиційної побудови.

Масштабність – лінійні співвідношення розмірів елементів композиції один відносно одного і до усієї реклами у цілому за допомогою центрального проектування на площині. Поняття, введені людиною: "високий", "низький", "великий", "маленький", "товстий" і "тонкий" обумовлені лише його звичкою і є лінійними співвідношеннями. Поняття "масштаб" не ідентичне поняттю "розмір". Масштаб – характеристика значимості. Розмір і просторове рішення видання можуть сприяти масштабності. Проте дрібний



Масштабність



Масштабність

Об'єкт композиційно може отримати вагу, масштабність. Маленький об'єкт такий тільки поряд із великим, поряд із ще меншим він буде здаватися великим. Гулівер тому і велетень, що потрапив в інше розмірне середовище. З погляду психології ми ставимося до неприродно великого як до небезпечного. Велике пригнічує нашу звичну систему сприйняття з її звичними уявленнями. І навпаки, крихіте, маленьке викликає розчуження, жалість і співчуття.

Від складності форми більшою мірою залежить те, чи вважати об'єкт великим або маленьким. Сприйняття абсолютного розміру об'єкта залежить від *кількості деталей*, безпосередніх їх розмірів і форми, пропорцій складових частин. Це об'єктивний закон сприйняття. Молоді організми, як правило, менші; форма їх простіша. Форми дорослого організму звичайно складніші і чіткіше окреслені, мають інші пропорції і більш розвинутий загальний силует, більшу кількість деталей. Пропорції багатопверхового будинку можуть точно відповідати пропорціям сірникової коробки, але, якщо вони розташовані поряд, неможливо помилитися в масштабі цих об'єктів.

Крім того, сприйняття масштабу об'єкта залежить від його оточення. Ейфелева вежа наприкінці минулого сторіччя вражала своїми розмірами, викликаючи в багатьох різке несприйняття. У сучасному багатопверховому Парижі вона виглядає легкою і витонченою.

Лінійними співвідношеннями користуються при виготовленні зовнішньої реклами – на будинках, зупинках, у громадському транспорті.

Масштабність відіграє велику роль при виявленні композиційно-змістового центру композиції. Невдалою буде композиція, в якій елементи центра будуть надто малими, або, навпаки, великими відносно інших елементів і блоків, а також формату. Це відношення залежать від задуму автора. Без співвідношення елементів і блоків з ідейним задумом важко виділити композиційний центр. Ще Арістотель до числа ознак прекрасного відносив міру видимості і стверджував, що ні надмірно мале, ні надмірно велике не може мислитися як прекрасне, тому що важке для сприйняття.

Масштабність є важливим прийомом акцентування, виділення головного. Збільшений кегль порівняно з сусідніми текстами відразу привертає увагу, але і зменшення кеглю також стає акцентом. Головне – визначити правильні співвідношення.

Масштабна виразність елементів реклами залежить від їхнього тону: білі і світлі предмети виглядають крупніше, ніж рівні їм по розмірах темні. Предмет, розташований на обмеженому тлі чи в оточенні малих форм, здається більшим, ніж предмет на великому чи полі серед великих предметів, при такій самій величині. Вертикальні лінії завжди виглядають тоншими за горизонтальні. Відповідно і форма, членована по вертикалі, здається вищою, ніж нерозчленована чи розчленована по горизонталі. Верхня частина прямокутника, розділеного на дві половини, виглядає більше нижньої і т. д.

Співвідношення розмірів елементів залежить і від такої функціональної вимоги, як зручність. Наприклад, великий кегль тексту вимагає більш динамічного рядка, ніж маленький. Текст, набраний великим кеглем на вузький формат незручний для читання – надто часто застосовуються переноси слів, нерівномірні проміжки між словами тощо. Читання ж дрібного шрифту у рядку широкого формату стомлює око, важче при цьому і відшукати початок наступного рядка.

Колір, світло, форма, розмір, матеріал, зміст сприймаються комплексно. Це стосується будь-яких сполучень, які, власне, є не поєднаннями, наприклад, кольорів, а поєднаннями кольорових предметів і форм, гармонією носіїв кольорів. Гармонія досягається в подоланні протиріч між кольором і світлом, кольором і об'ємно-просторовою формою, кольором і матеріалом, кольором і функцією, між самими кольорами і, нарешті, між одиничним, окремим і загальним.

Пропорційність і масштабність визначаються співвідношеннями окремих частин композиції, але говорячи про співвідношення, необхідно враховувати такі прийоми, як тотожність, контраст і нюанс. На грі контрастів і поєднанні побудовані розвороти видання.

2.3. Тотожність, контраст, нюанс

Тотожність – відношення об'єкта до самого себе і до інших, що характеризує рівність і нерівність, повторюваність і неповторюваність, схожість і відмінність, безперервність і переривчастість його властивостей, зв'язків, а також тенденцій розвитку. Найпростіша форма тотожності – застосування цілком подібних об'єктів (розмір, форма, тон): повторюваний візерунок орнаменту, текстові блоки однакового розміру. Необхідною умовою тотожності є відношення елемента до простору та простота і виразність самого елемента. Тотожні елементи композиції застосовуються для:

- ♦ демонстрації подібності;
- ♦ створення множини, з якої складається тло композиції;
- ♦ привертання уваги до відмінностей деталей у тотожних елементах;

- ♦ демонстрації стабільності або ж закономірного руху;
- ♦ підкреслення незвичності ситуації.

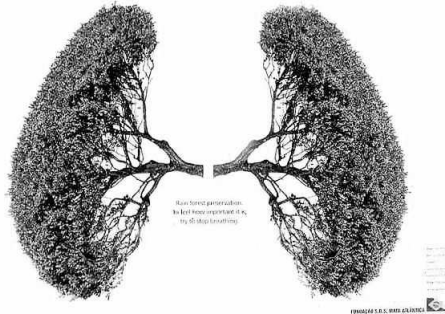
Тотожність і відмінність мають свої ступені градації. Ми сприймаємо тотожність, контраст і нюанс предметів або частин зображення як градацію однорідних властивостей – наприклад, лінійних величин або тональності кольору. Не можна говорити про контрастність чи тотожність властивостей несумірних об'єктів – кольорів і геометричних форм, лінійної протяжності тощо.

Найпростіший вид зв'язку між елементами визначається їх тотожністю, рівністю сумірних ознак:

- ♦ Тотожність елементів, що чергуються, визначає метричну закономірність – тотожні колони в колонаді, тотожні інтервали між ними.
- ♦ Тотожність просторових форм (квадрат, коло, куб, куля) служить виразом внутрішньої рівноваги, статичності, нерухомості композиції.



Тотожність. Привертання уваги до відмінностей деталей у тотожних елементах



Тотожність. Демонстрація подібності

На тлі тотожних елементів виділення композиційного центру робиться контрастними чи нюансними акцентами. Стилiстична витриманiсть робить рекламу зрозумiлою i легкою для сприйняття, а контраст привертає увагу до потрібних об'єктiв. Подiл акценту i композицiйного центру дає ефект просторовостi.

Акцент – видiлення частини композицiї, зображення, сторiнки, документа з метою привернення уваги до певного фрагменту. Об'єкт реклами, що має стати акцентом, визначається на першому етапi роботи над макетом. Він виокремлюється контрастом з другорядними елементами, концентрацiєю уваги на ньому через видособлення вiд iнших елементiв, збiльшення розмiрiв, кольору, пiдсилення необхідного елемента або послаблення другорядних, додання опуклостi, змiну напрямку, розмiру, форми, текстури, кольору, тону i лiнii тощо.

Контраст i нюанс проявляються у подiбностi чи розходженнi матерiально-просторових характеристик рiзних частин (елементiв), чи у структурi, розмежовують однорiднi якостi: розмiри, пропорцiї, кольори, фактури тощо.

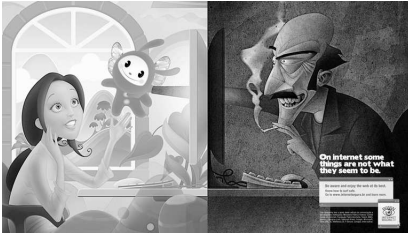
Контраст (вiд фр. *contraste* – рiзка вiдмiтнiсть, протилежнiсть) – рiзке протиставлення двох спiввiдносних рис з метою посилення їх промовистостi, своєрiдна конфлiктна ситуацiя у змiстi композицiї, на якiй зупиняється увага людини, видiлення окремих елементiв керують рухом очей людини вiд бiльш до менш важливого, чим розкривається змiст у необхіднiй послiдовностi. Він надає рекламi жвавiсть i привабливiсть, однак вимагає врівноваження блокiв з iнформативним навантаженням блоками, що не несуть значеннєвої iнформацiї i порожнiм мiсцем

Контраст породжується не просто рiзницею, неподiбнiстю, а полярнiстю, подiбною полярностi магнiту. Композицiйнi контрасти у рекламi надзвичайно рiзноманiтнi – простiр i предмет; об'єм i площина; значне i мале; чорне i бiле; сiре i кольорове. Вони необхіднi для створеннi активнодинамiчного ритму, надання композицiї визначеного емоцiйного забарвлення, посиленню значеннєвих акцентiв, орiєнтацiї.

Контрастнi протиставлення здiйснюється за категорiями:

- ♦ розмiр (високе i низьке);
- ♦ колiр (колiр i тiнь);
- ♦ форма (лiнiя i пляма);
- ♦ тон (світле i темне);
- ♦ змiстове наповнення;
- ♦ вiдношення до простору, якi надають обсяг або виражають просторовi характеристики.

Контраст просторових величин як засiб iх композицiйного зв'язку має ґрунтуватися на ясно сприйманих властивостях. У дизайнерiв є правило:



Контраст. Змістове наповнення



Контраст. Колір



Контраст. Розмір



Контраст. Тон



"Виділити все – означає нічого не виділити". Акцент повинен становити не більш, ніж 20 % від площі реклами. Крім цього, надто сильний контраст може порушити композицію, не дати можливості звернути увагу на інші елементи і розкласти композицію на окремі фрагменти.

Відповідно до кількості категорій, за якими здійснюється контрастне протиставлення, виділяють *одномірний* (за однією категорією) та *багатомірний* (за кількома категоріями) контрасти. Контрастне протиставлення дає можливість виділити і гіперболізувати особливості двох і більш об'єктів, кольорів. Наприклад, поряд із товстим тонкий здається ще худішим (Дон Кіхот і Санчо Панса), і навпаки. Цей прийом дозволяє підсилити властивості предмета порівняно з його антиподом.

У рекламі виділення можна здійснити:

- ♦ Шрифтом (гарнітура, кегль, накреслення).
- ♦ Масштабом текстів, зображень, блоків.

- ◆ Кольором текстів, зображень, декоративних елементів;
- ◆ Формою елементів та блоків;
- ◆ Порожнім простором, полями;
- ◆ Ритмом, тривалістю дії;
- ◆ Повторення окремих фрагментів твору;
- ◆ Декоративними знаками (стрілки, зірочки тощо), символічними зображеннями;
- ◆ Різкою зміною стилю;
- ◆ Освітленістю;
- ◆ Візуальним елементом, що натякає на певну епоху.

Найчастіше акцентування здійснюється розміром і контрастним кольором. Розмірні контрасти побудовані на різниці великого і малого, високого і низького, широкого і вузького. Наприклад, великий заголовок різко відрізняється від дрібного шрифту тексту, вузький формат набору – від широкого, витягнутий по вертикалі матеріал – від матеріалу на ширину сторінки. Також порівнюються певні елементи композиції, для посилення візуального ефекту їх масштаб змінюється.

Акцентування кольором чітко позначається, коли вся композиція виконана відтінками одного кольору. Контрастний протилежний колір із доповненням подібного або близького кольору є дійовим акцентом. Яскраві контрасти досягаються при використанні додаткового кольору у монохромній рекламі, негативних зображень або текстів, чорно-біле оголошення в червоній рамці.

Сутність тонових контрастів – у різниці світлого і темного. Жирні, насичені фарбою лінійки, заголовки, інші елементи оформлення помітно виділяються на тлі світлого текстового набору і проміжків. Контраст освітленості заснований на чергуванні "чорних", "білих" і "сірих" блоків. Спочатку увага звертається на "чорні" елементи, потім на "білі" і лише в останню чергу на "сірі". У якості "чорних" виступають жирні заголовки, темні фотографії, щільні текстові блоки. До "білих" відносяться поля, вільний простір. До "сірих" відноситься текст, складений основним шрифтом, деталі пейзажу, другорядні зображення. Тому суцільний текст і забиті деталями зображення не викликають зацікавлення.

Також дієвими є контрастні відмінності у конфігурації форм: прямокутним формам протиставляються ламані, діагональні, овальні. Поряд із широким тонким здається ще вужчим і навпаки. Цей прийом дає змогу підсилити властивості одного елемента, порівняно з його антиподом. Іноді композиція складається з різних за розміром і кольором плям, які у сукупності утворюють зображення, яке видиме лише з відстані. "Принцип контрасту покладений в основу оформлення", – писав І. І. Старобогатов. Контраст підсилює, підкреслює розходження властивостей форм, робить їхню

єдність більш напруженою. Прикладами контрасту є зіставлення тіла і простору, великого та дрібного, прозорого і непрозорого. З контрастних форм можна створити єдину композицію, якщо зорозво не буде руйнуватися загальна структура.

Особливого роду контраст існує між текстовими і зображальними матеріалами. Різниця у способі передавання інформації призводить до тонових, розмірних, конфігураційних та інших відмінностей зображень від тексту.

Сила і різноманітність контрастів, міра їх використання залежать від призначення і характеру видання. Загальнополітичні, наукові видання потребують помірної контрастності, а у дитячих, молодіжних, популярних виданнях припустима більша різноманітність, різке виявлення контрастів. У художньому виданні контрасти відволікають увагу читача від змісту.

Важливу роль у композиції відіграє нюанс, сутність якого становить плавний перехід характеристик. **Нюанс** (від фр. nuance – відтінок) – відношення форм, що незначно відрізняються порівнюваними властивостями, тому їхня подібність виражена сильніше, ніж розходження одного тонового, розмірного, формного або іншого характеру. У нюансі немає чітко виражених суперечностей, він відіграє роль відтінку, допомагаючи уникнути монотонності. Нюанс дає змогу створити цілісну зовнішню форму, для чого підсилюються, або навпаки, згладжуються розходження зовнішньої форми, ознаки подібності пов'язують ритмічний ряд.

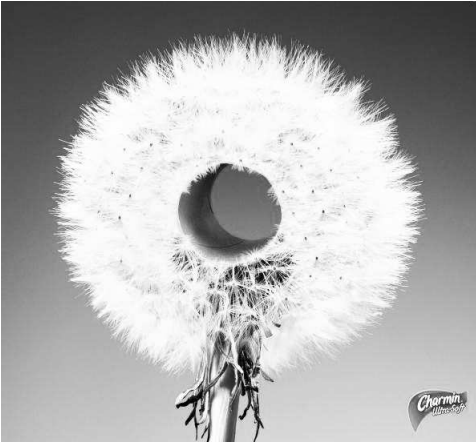
Нюансне відношення просторових форм (прямокутник, близький до квадрата, паралелепіпед з близькими розмірами сторін) надає композиції статичності, але нюанс форм і розмірів порушує монотонність, жорсткість ритму.

Нюанс кольору застосовується як засіб виділення блоків, зорового поділу великих площин, усунення колірної монотонності. Це надає рекламі витонченості, згладжує деяку прямолінійність, жорсткість контрастів і, безсумнівно, сприяє різноманітності та виразності композиції.

Для неяскавого виділення фрагменту або визначеного тексту достатньо невеличкого графічного нюансу: тонкої рамки, напівжирного шрифту в тексті, більш значного і насиченого заголовка. Взаємне виділення матеріалів потребує розмаїтості прийомів контрастного оформлення. Однаковий прийом, повторений кілька разів, зумовлює не власне виділення, а врівноваження акцентів. Як нюансові деталі в рекламі використовуються тонкі, світлі за насиченістю лінійки, світлі підкладки для заголовків і невеличких текстів, овальні кути у рамках, декоративні заголовкові шрифти, дрібні прикраси тощо.

Але нюанси, якими б вони не були незначними, повинні чітко сприйматися.

Уміння використовувати контрасти і нюанси – показник художнього чуття дизайнера. Побудована на контрасті реклама відразу ж звертає на себе



Нюанс

увагу і краще запам'ятовується; використання контрастних рішень на звороті періодичного видання сприяє переключенню уваги з одного матеріалу на інший; на контрастному тлі заголовок стає більш помітним. Контраст – прояв загального закону єдності та протилежностей, він підкреслюється не тільки формою, кольором, текстурою, але й загальною ідеєю, сюжетом композиції.

Розстановка акцентів у вигляді контрасту або нюансу здійснюється у такому порядку:

1. Аналіз композиції, видалення всього зайвого, без чого можна обійтись без зміни змісту реклами і її мети.
2. Мінімізація тексту, аналіз заголовків і підзаголовків, зображень, їх чітка відповідність.
3. Виділення композиційного центру.

4. Опрацювання зображення: підсилення головного, спрямування руху погляду по елементах і об'єктах, застосування прийомів переміщення, ритму, контрасту тощо.

Спосіб встановлення акценту має поживляти композицію, привертати увагу до певних фрагментів або деталей, чи композиції в цілому – одноманітність робить композицію нудною.

В естетичному відношенні контраст і нюанс також відіграють велику роль: вони надають композиції виразності, різноманітності. Якщо симетрія, пропорції, метричні закономірності, ритм спираються на принцип подібності, співрозмірності, то контраст ґрунтується на різкій несхожості, різниці елементів. Чисто психологічно треба враховувати, що спочатку звертається увага на "чорні" елементи, потім на "білі" і лише в останню чергу на "сірі". Тому суцільний текст і забиті деталями зображення не викликають зацікавлення. Однак, при створенні контрасту не слід забувати про правила доречності і пропорційності.

2.4. Послідовність, просторовість, доречність, простота, чіткість, увага до деталей

Дизайнер має встановлювати порядок сприйняття читачем елементів реклами. Всі елементи мають бути включені у цю схему, жоден не може випасти із поля зору глядача. Дизайнер може спрямувати рух очей читача практично до будь-якої крапки в композиції, провести далі у потрібному напрямку. **Послідовність** розміщення елементів встановлюється такими прийомами:

1. Розташування елементів по шляху природного руху ока (ліворуч праворуч і зверху вниз), або відповідно до правила лівої руки (правий нижній кут, лівий верхній).

2. Рух від більш великих до більш дрібних елементів, від темних до світлих, від кольорових до монохромних, від незвичайних форм до звичайних.

3. Спрямування погляду читача за допомогою суцільних чи пунктирних ліній, створюючи як би дорогу для погляду і полегшуючи його роботу. З цією ж метою застосовується перспектива, просторове зображення.

4. Повторювання форм і розмірів, що створює уявний шлях погляду, коли око рухається від одного блока до іншого. Послідовність являє собою свого роду оптичний ритм, вона може розвиватися й іншими шляхами, включаючи імпульси і паузи.

Просторовість та **протяжність** проявляються у сприйнятті руху цілісного образу: горизонтальність (спокій та тиша), вертикальність (зростання чи падіння, активність), діагональність (посилення та послаблення руху).

Горизонтальна композиція статична, підкреслює протяжність простору, його однорідність, допомагає акцентувати множинність, тотожність

об'єктів. Протяжна горизонталь означає закінченість, сталість і викликає почуття спокою, затишку, рівномірності, послабляє увагу. Наприклад, загальний план моря чи обрію дає відчутну горизонталь: її утворюють лінії берегів і горизонту. В основі горизонтальної композиції – горизонтальні блоки на ширину композиції, розділені лініями, кольорами, проміжками, кожен з яких, як правило, завершений і самодостатній. У сюжеті "горизонтальності" відповідає логічне чергування подій, послідовність дій. Найчастіше горизонтальні композиції симетричні.



Горизонтальна композиція

Вертикальна композиція – акцентує ритм і "працює", на протидію горизонтальної, на порівняння, може акцентувати індивідуальність виділеного об'єкта. Вертикальний рух завжди сприймається динамічніше горизонтально. Така композиція створює відчуття надії, страху, зростання, падіння, гордості, активної сили. Задля забезпечення рівноваги центр композиції розташовується на центральній осі та вище геометричного, на лінії оптичного центру.

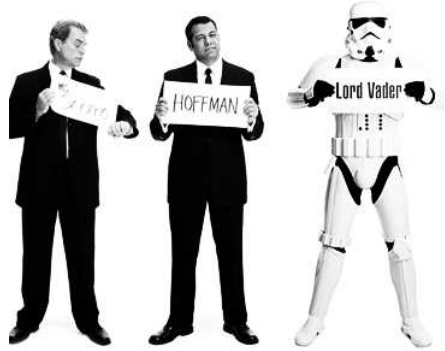
Вертикаль привертає увагу, породжує почуття занепокоєння, руху, але заважає уважно стежити за сюжетом, особливо якщо вона переривається рамками, зображальними елементами, перенасичена вертикальними розрізами. Вона сприймається:

- як стійка, якщо вона кріпиться до горизонталі або її нижня частина вагоміша верхньої;
- як несумісна, коли вона не має ніяких членувань;



© www.sophiebroadbridge.com

Вертикальна композиція



– відчуття масштабності виникає, якщо вертикаль має поперечні членування.

Діагональна композиція найбільш відкрита і часто застосовувана, має сильну енергетику, динамічна. Вона завжди динамічніше вертикальної і, тим більше, горизонтальної, особливо якщо є рух. Діагоналі, спрямовані з нижнього лівого кута у верхній правий надають композиції позитивності, а діагоналі з верхнього лівого у правий нижній – створюють песимістичне враження. Діагональ може вибудовуватися як у площині кадру, так і в глибину, немов би вимагає продовження в наступному кадрі. Образ, у якому є багато діагональних ліній надає динамічності сюжету. Діагональність проявляється також у побудові композиції за *правилом лівої руки*. Більшість людей дивляться спочатку у лівий верхній кут і швидко переводять погляд у правий нижній. Це – прохідна зона. Все, що розміщено у ній, має другорядне значення, особливо коли є чітко виражена спрямованість



Діагональна композиція



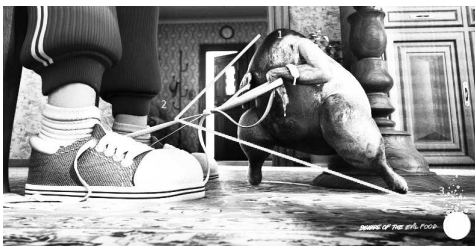
зверху вниз. Те, що розміщене у правому верхньому і нижньому лівому кутах, має суттєво більший сенс для людини. І якщо потрібно щось виділити, наприклад, дорогу, її слід розмістити з лівого нижнього у правий верхній кут, а не істотним поглядом людини, адже тоді погляд буде спотикатися о шлях, що і відповідає такій композиційній закономірності, як асиметрія.



Діагональна композиція

Відчуття динамічності виникає при перетворенні вертикалі в діагональ, а ефект прямовання – при перетворенні її в горизонталь. Так і композиція будь-якого візуально сприйманого твору, розміщеного на аркуші паперу, побудована на чітких вертикалях і горизонталях, буде сприйматися фундаментальною, урочистою, статичною. А композиція, побудована на діагоналях, буде здаватися рухливою, мінливою, нестійкою.

Погляд людини може йти певними траєкторіями: трикутник, коло, прямокутник, трапеція, ромб. Найчастіше застосовуються діагональ, трикутник, ромб. У цій послідовності і рухається око читача. Цю траєкторію утворюють тональні чи кольорові плями різного розміру і насиченості, які відповідають їх силі, вагомості.



Трикутна композиція

Трикутна композиція надає силу і рішучість, означає силу, міць і рішучість.

Трикутній композиції властива замкненість, що підкреслює активну дію, спрямовану на досягнення результату. У класичній композиції найчастіше виділяються три об'єкти, які вписуються у трикутник і створюють стійку рівновагу.

Композиція по колу підкреслює завершеність чи циклічність, повторюваність дії, означає любов, єдність, досконалість, завершеність, повторення. Коло, овал – надзвичайно ємні образи, що уособлюють одночасно сталість і мінливість, рух, обертання, привертають увагу, загострюють увагу. Плавна криволінійність ліній та контурів тексту або зображальних матеріалів сприймається як ознака напруженості, привертає увагу і загострює емоційне враження. Тому використовується переважно у матеріалах розважальних та рекламних для передачі одночасно почуття руху та цілісності. Кругова композиція – варіація симетричної композиції, але, на відміну від лінійної симетрії, кругова має більш складну будову, що допомагає уникнути тотожності.



Композиція по колу



Завершеність, циклічність навіть горизонтальної композиції можна отримати повторенням першого та останнього фрагментів, або їх основних, акцентних елементів. Наприклад, якщо почати сюжет про Дні народження тим, як накривають стіл, а закінчити його прибиранням посуду зі столу, сюжет "замкнеться".

Повторюваність, циклічність також досягається круговою "замкненістю" епізодів (або всередині епізоду). Припустимо, ви вирішили показати день свого собаки: послідовно демонструєте, як її ранок починається з того, що господар відчиняє двері і пес вискакує на вулицю. Далі ви можете показувати що завгодно, але якщо завершити подібною сценою, глядач зрозуміє, що так циклічно проходить день за днем.

Овальна форма, яка обмежує композицію, виглядає декоративно і потребує старанно продуманого компоновання.



Овальна композиція

Овал – зорово закінчена замкнена форма. Традиційно в овалному форматі розміщують декоративні орнаментальні композиції.

Дуже цікаво виглядає сполучення прямокутного горизонтального композиційного поля й овалного формату.



Квадратна композиція

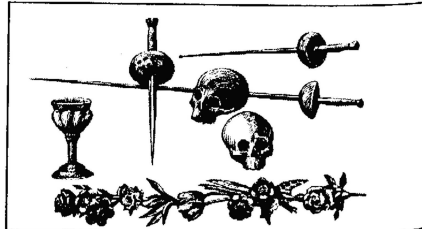




а



б



в

Форми композиції в ілюстраціях В. Фаворського

а – овальна – ілюстрація до розповідей Б. Пильняка;

б – трикутна – Vita nova, Данте, ілюстрація;

в – прямокутна – Гамлет, Шекспір, заставка.

Глибинна композиція акцентує реалістичність простору, дає виражену перспективу, продовження в глибину. Причому, чим "м'якше" загальний малюнок, тим більш відчутна перспектива. Відчуття глибини в кадрі найбільше залежить від різниці світла (градації освітленості між першим, подальшими планами та тлом) та оптичного кута об'єктива. Світлом вибудовується глибинна перспектива кадру: поступове згущення темряви під-



креслює довжину печери, коридору – будь-якого протяжного простору. Але ж спеціально збудувавши світлом таку перспективу, ми можемо збільшити глибину і невеликої кімнати.

Глибину композиції може створювати і незаповнений білий простір сторінки, активність йому надають розташовані на ньому елементи композиції. Композиція з абстрактних чорних плям на білому полі виглядає рельєфною, в ній є деяка тривимірність через властивість чорного кольору надавати вагу і глибину плоскому зображенню, білий же колір має властивість повітря.



Глибина композиції

Глибина композиції простежується, якщо вона обрамлена з усіх боків не простою рамкою, а власне деталями композиції. Іс-

тотне обрамлення композиційного центру допомагає посилити відчуття просторової глибини сюжету. Але при цьому не повинно бути елементів, що відволікають від композиційного центру.

Розміщені за певною схемою елементи композиції створюють глибинність композиції: розташовані ближче до центру сприймаються як глибинні, а рівне плоске тло перетворюється на простір; елементи, розташовані на однорідному полі близько до краю, немов би лежать на поверхні, у площині рами.

Просторові властивості композиції розширюються, якщо композиція:

- ◆ з боків не має темних силуетів;
- ◆ має горизонтальну спрямованість.

Важливими прийомами композиції є **доречність, простота виконання і сприйняття, чіткість вираження, увага до деталей**. Адже сприйняття залежить не лише від змістового наповнення, але і від того, чи будуть заважати розумінню змісту окремі лінії, плями, тексти. Будь-який елемент, від відсутності якого композиція не втратить сенс, повинний бути прибраний. Перевантаженість непотрібним текстом чи надто деталізованим зображенням, стилями шрифту, занадто дрібними буквами, зображеннями,



Чіткість сприйняття

кольоровим тлом ускладнює і захащує композицію. Сторінка стає важкою для сприйняття, її ефект знижується. Композиція – єдиний організм, усі складники якого підпорядковані завданню – бути цілісним, гармонійним і виразним, тобто в ній має бути дотриманий принцип – ні

прибрати, ні додати! У гармонійній композиції мають бути не лише всі елементи на своїх місцях, але і простір, тло займати чітко призначену площу, співвідносну зі значущими елементами.

Чіткість сприйняття залежить від кадрівання – формату, полів, тла, проміжків між елементами і блоками, пропорцій окремих фрагментів між собою і відносно всієї композиції. Випадкові елементи не можуть бути присутні – вони не лише заважають, але і відволікають увагу, порушують цілісність образу, оскільки не мають змістових зв'язків з іншими елементами.

Увага до деталей – нічого зайвого, але всі найдрібніші деталі знаходяться на своєму місці, мають відповідні пропорції і кольори, чіткість і



Увага до деталей

напрямок відповідно до змісту. Будь-яка додана у закінчену композицію деталь зсуває акцент, порушує рівновагу і потребує корекції всього візуального ряду.

Гармонічна композиція завжди проста у сприйнятті. Це означає, що основний елемент компо-

зиції має домінувати, привертати увагу, примушувати замислитися, а тло, другорядні елементи не повинні відволікати увагу, або бути взагалі відсутні.

Доречність окремих елементів твору створює його гармонію. Так, у музиці немає благозвучних і неблагозвучних нот, у живописі немає "поганих" кольорів і фарб, елементи дизайну не можуть бути гарними чи поганими, в акторів і співаків нема поганих чи гарних голосів – є тільки вдале чи невдале їхнє застосування. Необхідно пам'ятати, що форма призначена насамперед для передачі змісту, а не прикрасення його. Основне правило доречності – об'єднання в групу зв'язаних за змістом, емоціями, і комунікативними функціями елементів твору:



Доречність

1. Зв'язані між собою за змістом зображення групуються – вони мають сприйматися єдиним цілим.
2. Важливі для сприйняття елементи виокремлюються в блок.

3. Додаткова інформація, логотипи і назви виділяються в окремий блок.
4. Елементи та блоки поєднуються за законами композиції.
5. Врівноваження кольорового балансу композиції, поєднання кольорів за визначеними правилами.
6. Єдиний за змістом текст має бути в одному місці.
7. Загальна думка не може перериватися.
8. Застосовувати крупний план в оточенні простору.

2.5. Індивідуальність, єдність стилю та цілісність

Чітке дотримання прийомів композиції може зробити цікаву рекламу нудною. Але правила для того й існують, щоб їх порушувати. Звісно, будь-



Індивідуальність



яке порушення має бути чітко обґрунтованим і разовим. Найчастіше правила порушуються, коли автор бажає продемонструвати свій стиль, індивідуальність.

Яскрава індивідуальність притягує. Дейл Карнегі наводить приклад зі своєї молодості. Коли він починав писати і ще не

виробив власний стиль, він вирішив стати бездоганим письменником, взявши за зразки чотирьох відомих у той час літераторів, викинувши "недоліки" і залишивши тільки переваги творів цих авторів. Але твір Д. Карнегі не мав успіхів, оскільки був позбавлений індивідуальності з усіма властивими їй недоліками і перевагами. Після цього уроку Дейл став виражати в книгах своє власне "Я", і наводити повчальні приклади про знаменитих людей, що досягли успіхів тільки показавши свою індивідуальність.

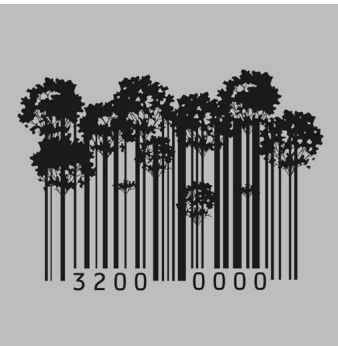
Індивідуальність має бути присутня у кожному візуально сприйманому об'єкті, особливо у рекламі. Адже саме завдяки цій властивості конкретний твір серед інших, запам'ятовується, а при повторному перегляді неодмінно пригадується.

Індивідуальність – це не дизайнерське авторське бачення конкретної композиції. Це – ціла сукупність візуальних позначок, деталей, які разом утворюють неповторний твір: колір, розміри, пропорції, графічний стиль виконання, шрифти, характеристики зображення, певні слова на конкретному місці і у конкретному сполученні, заголовки і слогани і багато іншого.

Єдність – поєднання всіх елементів у єдине ціле. Це найважливіший принцип дизайну. Єдність передбачає, щоб елементи реклами доповнювали один одного й узгоджувалися один з одним. Дизайнер створює гар-

монію, коли він підбирає елементи по їх сумісності і розташовує так, щоб вони підходили дне одному. Елементи будуть краще відповідати принципу єдності, якщо вони тотожні за формою, розміру, текстурі, кольору і напрямку. Незважаючи на те, що композиція складається з багатьох різних частин, вони повинні бути так взаємозалежні, щоб композиція в цілому робила гармонічне враження. Досягається єдність:

- а) рівновагою;
- б) переміщенням;
- в) пропорційністю;
- г) контрастом;
- ґ) кольором;
- д) одним шрифтом;
- е) накладенням одного зображення на інше чи одного елемента на інший;



Рівновага



Переміщення



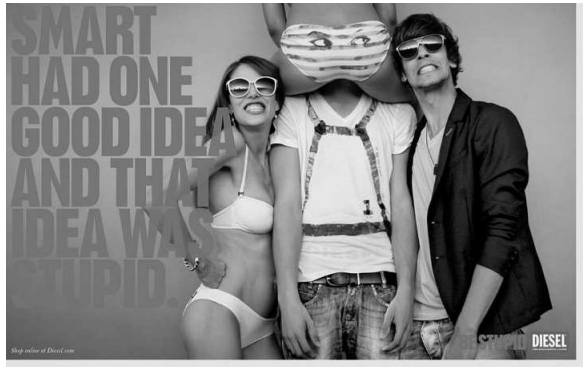
Пропорції



Контраст



Колір



Одним шрифтом



Накладання



Проміжки



Графічні прийоми

- є) продуманим використання проміжків;
- ж) графічними прийомами: стрілки, рамочки, штрихування, тон.

Стилістична цілісність створюється однаковістю оформлення. "Єдність тримається на деталях" – одне з основних правил дизайнера. Автору завжди потрібно пошук компромісу між стилістичною єдністю і різноманіттям елементів прикраси. Стиль накладає обмеження на розміри зображень, малюнок і розмір шрифтів, "порожній" простір, кольори. Часто ці вимоги заважають вираженню змісту твору. Для "пожвавлення" стилю можна використовувати повторювані елементи, що не несуть значеннєвого навантаження: вертикальні лінійки, шпальти, рамки, ініціал, стилізовані малюнки. Розбиття тексту на абзаци і короткі речення – важлива умова дієвості реклами.

Цілісний образ створюється з окремих фактів, символів, рухів, кольорів, зображень. При цьому не повинно виявитися ні однієї зайвої деталі, і елементи повинні гармонійно сполучатися один з одним. Для цього реклама розбивається на окремі фрагменти, які включаються у розгорнутий план макету.



Цілісність



Для завершеності та цілісного сприйняття реклами важливі зовнішні межі та межі усередині реклами, які підкреслюють єдність однаковістю розміру, кольору, форми. Читач бачить подібність і думкою зв'язує елементи. Білий простір, уміло розташований по периметру реклами, починає відігравати роль меж і теж підкреслює єдність реклами. Якщо ж дизайнер сконцентрує білий простір у центрі реклами між елементами, то він буде виражати поділ реклами на окремі блоки і порушить єдність. Білий простір, винесений на межі реклами, не слід розташовувати у виді блоку, однакового по глибині з усіх боків, йому краще надати невизначену форму, щоб дотриматися пропорції.

Вісь є кращим засобом зміцнення єдності реклами, вона проходить через усю рекламу й утворює щось на кшталт сітки, навколо якої групуються елементи. Вісь може бути видима чи уявна (краще), одна чи у поєднанні ще з кількома вертикальними чи горизонтальними. Певний елемент чи

кілька, можуть перетинати вісь, виходити за рамку формату. Але при цьому вісь не повинна утрачати своєї об'єднуючої властивості.

Єдність композиції посилюється, якщо застосований метод трьох крапок. Трьохелементна композиція більш пропорційна, ніж дво- чи чотириелементна.

На розвороті єдність реклами досягається:

- ◆ застосуванням одного кольору, стилю та шрифту;
- ◆ якщо на лівій сторінці є вісь, їй мають підпорядковуватися елементи правої сторінки, бути спрямовані на неї;
- ◆ заголовок може переходити зі сторінки на сторінку, але згин повинний проходити через проміжок між словами, а не між буквами;
- ◆ зображення може ширитися на дві сторінки, але потрібно, щоб згин не приходився на важливі елементи. Не можна, наприклад, щоб згин проходив через обличчя головного персонажа реклами;
- ◆ застосування рамки навколо всієї реклами, через дві сторінки.

Робота над композицією завершується, якщо всі її елементи співрозмірні і гармонічні. Гармонія фону і графічних елементів переднього плану, кольору і графічних елементів, освітленості і ракурсу складають основу композиції. Цілісність твору визначається можливістю відразу охопити його оком і одночасно визначити основну частину, навколо якої розташовуються не такі важливі, але, тим не менше, необхідні елементи композиції.

Органічність реклами полягає в тому, що вона сприймається як єдине ціле, і всі її частини природно входять у це ціле. Під цілісністю розуміється взаємопов'язаність і взаємопідпорядкованість елементів композиції. У стильовій єдності проявляється послідовність застосування засобів, які є орієнтирами для читача.

3. КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ

1. З яких елементів складається реклама? Охарактеризувати кожний.
2. Розкрити суть поняття композиції у рекламі.
3. Зробити колаж – кольорові плями.
4. Приклади опрацювання зображення із встановленням акценту.
5. Що таке акцентування на деталях (навмисний зсув акценту), усунення зайвого. Навести приклади.
6. Акцентування у шрифтових композиціях. Приклади.
7. Послаблення оточуючого середовища. Приклади.
8. Тонове акцентування. Приклади.
9. Акцентування ефектами. Знайти приклади.
10. Кольорове виділення. Приклади
11. Акцентування формою і кольором. Підібрати приклади
12. Акцентування кольором, послаблення тла. Приклади.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Балаш А. В.* Техника оформления газетной полосы: 2-е изд., исправ. и дополн / А. В. Балаш. – Мн. : Изд-во БГУ, 1977. – С. 97–111.
2. *Галкин С. И.* Оформление газеты и журнала: от элемента к системе: Общее и особенное в художественно-техническом конструировании периодических изданий / С. И. Галкин. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1984. – С. 88–121.
3. *Горожанкин И. А.* От рукописи к оттиску : учеб. пособ. по курсу "Технические средства редакции газеты" / И. А. Горожанкин, С. И. Горевалов, В. А. Козлов. – Львов: Военный ин-т культуры, 1991. – С. 91–105.
4. *Гуревич С. М.* Номер газеты : лекция / С. М. Гуревич. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1977. – С. 5–25.
5. *Гуревич С. М.* Оформление и выпуск районной газеты / С. М. Гуревич. – М. : Книга, 1969. – С. 67–102.
6. *Добкин С. Ф.* Оформление книги. Редактору и автору / 2-е изд. перераб. и доп. / С. Ф. Добкин– М. : Книга, 1985. – 208 с.
7. *Киселев А. П.* От содержания – к форме: Основные понятия и термины газетного оформления : лекции / А. П. Киселев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1974. – С. 24–34.
8. *Композиционно-графическое моделирование газеты: (Метод. мат-лы к проведению практ. занятий по спецкурсу "Местная печать в системе средств массовой информации и пропаганды" для студентов ф-та журналистики).* – К. : КГУ, 1985. – С. 2–11.
9. *Оформление периодических изданий /* пд ред. А. П. Киселева. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – С. 97–149.
10. *Оформлення газети : методичні поради студентам.* – К. : КДУ, 1978. – С. 18–19.
11. *Попов Г. В.* Производство и оформление газеты: 2-е изд., перераб. учеб. пособ. для ст-в спец-ти "Журналистика" / Г. В. Попов, С. М. Гуревич. – М. : Высшая школа, 1977. – С. 170–174.
12. *Попов Г. В.* Производство и оформление газеты : учеб.-метод. пособие / Г. В. Попов, С. М. Гуревич. – Изд-е 3-е, исправл. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1977. – С. 47–57.
13. *Табачников И. Н.* Газета делается по модели: (Теория и опыт композиционно-графического моделирования): учеб.-метод. пособие / И. Н. Табачников. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1980. – С. 3–91.
14. *Учебная верстка : метод. указания для студентов-заочников.* – 2-е изд., перераб. и дополн. / сост. А. Н. Кулаков. – Л. : ЛГУ, 1987. – С. 5–7.
15. *Чувашев Ю. И.* Ритмическая организация журнальных изданий // Художественно-техническое оформление периодических изданий. – М. : Изд-во Моск.ун-та, 1980. – С. 44–51.

16. Хёрлберт А. Сетка: Модульная система конструирования и производства газет, журналов и книг / А. Хёрлберт ; пер. с англ. – М. : Книга, 1984. – С. 55–74.
17. Цыганов О. В. Режиссура газетного номера / О. В. Цыганов. – М. : Мысль, 1968. – С. 84–98.
18. Кохтев Н. Н. Стилистика рекламы / Н. Н. Кохтев. – М., 1991. – С. 6–10.
19. Как организовать рекламу на внешнем рынке. – М., 1990. – С. 19.
20. Сэндидж Ч. Реклама: теория и практика / Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцом. – М., 1989. – С. 51.
21. Гольман И. А. Практика рекламы / И. А. Гальман, Н. С. Добробабенко. – С. 55.
22. Фильчикова Н. Б. Реклама в газете / Н. Б. Фильчикова. – М., 1977. – С. 55.
23. Уперов В. Реклама – ее сущность... / В. Уперов – С. 428.
24. Чесанов А. А. Реклама в России и за рубежом / А. А. Чесанова. – С.Пб., 1996 – С. 27.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ
ШЕВЧЕНКО Вікторія Едуардівна

ШЕВЧЕНКО Вікторія

Принципи дизайну у рекламі

Комп'ютерна верстка та редагування
Красненко Оксани

Підписано до друку
Наклад 100 примірників

Надруковано в навчально-поліграфічній лабораторії
Інституту журналістики

04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1,
Інститут журналістики