

Аверченко Елена Владимировна,

педагог,

ФГБОУ ВО «Гжельский государственный университет»,

Художественная школа № 4,

г. Бронницы, Московская область

ВНЕДРЕНИЕ СВЕДЕНИЙ О ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ В ПРОГРАММЫ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ШКОЛ

Аннотация. В настоящее время педагоги художественных школ сталкиваются часто с тем, что обучающиеся не только младших классов, но и старшеклассники не знают или не совсем понимают, что такое дизайн, в чём заключается работа дизайнера. В статье изучены и обобщены сведения о графическом дизайне из современной литературы. Рассмотрены такие понятия, как: дизайн, брендинг, логотип, фирменный стиль, элементы фирменного стиля, средства создания фирменного стиля. Данная статья будет полезна не только для педагогов художественных школ, но и для самих обучающихся.

Ключевые слова: дизайн, брендинг, фирменный стиль, логотип, фирменные цвета, фирменный шрифт, носители фирменного стиля, графические редакторы.

Elena V. Averchenko,

teacher,

FSBEI of HE «Gzhel State University»,

School of Art № 4,

Bronnitsy, the Moscow Region

GRAPHIC DESIGN INFORMATION IMPLEMENTING IN ART SCHOOLS EDUCATIONAL PROGRAMS

Abstract. Currently teachers of art schools often deal with the phenomenon that not only primary schoolchildren, but also senior ones do not know or do not understand completely, what design is and what a designer's work is. The research reviews modern literature on graphic design. The author considers the terms «design», «branding», «logotype», «corporate identity», 2means of corporate identity creation». This article is targeted not only at teachers, but also at students.

Keywords: design, branding, corporate identity, logotype, corporate colors, corporate font, corporate identity subjects, graphic editors.

В настоящее время в учебных программах многих художественных школ отсутствуют дисциплины дизайнерской направленности, хотя ребята задают много вопросов и интересуются этой темой. Приходится в частном порядке рассказывать о каких-то особенностях дизайна, расшифровывать определённые темы, термины и т.д. Следовательно, перед педагогами возникает проблема внесения в рабочие программы изменений, позволяющих проводить ознакомительный курс по дизайну для обучающихся в художественных школах, где отсутствуют программы по дизайну. Из собственного опыта в работе часто приходится сталкиваться с тем, что обучающиеся интересуются дизайном, а именно, их интересует графический дизайн, фирменный стиль, так как в наше время очень развита рекламная деятельность.

Во вводной беседе по композиции педагогу необходимо обучающимся раскрыть смысл слова «дизайн», рассказать, что слово «дизайн» в русском языке появилось относительно недавно, что это искусство формировалось на протяжении многих столетий. В переводе с итальянского слово «дизайн» – это «замысел», «композиция», «модель». В эпоху Возрождения оно обозначало «чертёж», «замысел», «узор» от латинского слова «designare» – «определять», «обозначать». По мнению профессора ЛВХПУ им. Мухиной Лазарева Е.Н., понятие «Дизайн» состоит из четырёх пунктов:

- определение декоративного порядка: узор, украшение, убранство, орнамент;
- проектно-графический: набросок, эскиз, рисунок, конструкция, чертеж;
- предвосхищающее понятие: план, проект, предложение, намерение и т.п.;
- определение «неожиданно-драматические»: затея, праздник, умысел, интрига и т.п.

Так как наибольший интерес у обучающихся вызывает именно графический дизайн, фирменный стиль, на занятиях композиции нужно рассказать о таком известном термине, как бренд. В современной литературе говорится, что в дизайне все элементы бренда создают единую гармоничную

композицию. Каждый элемент бренда должен соответствовать главному элементу, такому как идентичность бренда. Структуру бренда составляют элементы, связанные друг с другом. Главный элемент – идентичность бренда, проявляющаяся в остальных составляющих этого бренда. Элементы структуры бренда, разработанные в едином дизайне, взаимодействуют с потребителями, сотрудниками компании или организации, что обеспечивает лояльность потребителей и идентификацию персонала, компании или организации с брендом.

Брендинг (брэндинг) – это искусство и наука. Успех и создание нового бренда зависит от того, где и как, при каких обстоятельствах будет использоваться логотип. Необходимо рассказать обучающимся, что в настоящее время цель дизайнера заключается в чётко выраженном глубинном смысле, который стоит за конечным решением проекта, чтобы смысл не потерялся при размещении в различных местах, предметах, на всех поверхностях, где бы ни оказался бренд. Сейчас бренд превращается из индикатора продукта или услуги в самостоятельную ценность. В дизайне проявляется смысл существования компании или организации. Дизайн в настоящее время имеет огромное значение в бизнесе и обществе, поэтому ему следует уделять должное внимание. Также дизайн позволяет продемонстрировать способность организации следовать веяниям времени. Сегодня услуга или продукт должны быть чем-то большим, чем просто совокупность функций. Разработка дизайна зависит от корпоративной культуры, служит отображением идей, заложенных в услугу или продукт, идей, которыми руководствуется организация или компания, создающая эти услуги или продукты.

Для того чтобы обучающимся лучше понять, в чём заключается дизайнерская работа, их нужно познакомить с известными во всём мире дизайнерами, их высказываниями о своей работе. Например, как говорит легендарный дизайнер и архитектор из Дублина, вошедший в десятку ТОП-дизайнеров мира по версии Elle Decor, Дэвид Коллинз: «Это большая работа и

вы обязаны беспокоиться о результатах». Роджер Мартин – декан Ротмановской школы менеджмента при университете города Торонто, – говорит о дизайне, как о новом оружии в конкурентной борьбе и основном стимуле для новаторов. По его мнению, если дизайну придавать в любом аспекте бизнеса должное значение, то можно добиться неоспоримого превосходства перед конкурентами и надолго сохранить его. Ещё он говорит, что между профессиями дизайнера и бизнесмена появляется всё больше общего. По мнению Криса Бэнгла – директора по дизайну корпорации «BMW», синонимом слова «дизайн» является слово «смысл» или если вырабатывается стратегия продаж, или оптимизируется производственный процесс, или формируется новая структура для стимуляции нововведений – то есть работа в современном бизнесе автоматически превращается в работу дизайнера. Из всего вышесказанного следует, что в настоящее время дизайн играет важную роль в жизни каждого из нас.

В беседе с обучающимся необходимо рассказать, что такое фирменный стиль и каковы его основные элементы. Из современной литературы следует, что фирменный стиль состоит из определённых элементов.

1. Товарный знак – главный элемент фирменного стиля. Товарным знаком является зарегистрированное обозначение для индивидуализации услуг или товаров бренда. Товарные знаки бывают:

- словесные – шрифтовая композиция из букв, слов, цифр;
- изобразительные – абстрактные или конкретные изображения;
- звуковые – звуковые комбинации;
- объёмные – упаковка;
- комбинированные.

2. Логотип, эмблема или шрифтовая надпись, которые могут быть символическими, текстовыми и комбинированными.

3. Слоган – девиз организации или компании, состоящий из нескольких слов, соответствующий философии организации или компании, а также соответствующий целевой аудитории бренда.

4. Фирменные цвета. Данный элемент оказывает сильное влияние на подсознание потребителя. Цвет может вызвать определённые ассоциации. По данным ученых, влияние на узнаваемость, запоминаемость организации или компании на 80% зависит от цвета.

5. Фирменный блок – это сочетание нескольких элементов фирменного стиля, например, блок, состоящий из логотипа, товарного знака и слогана.

6. Фирменный шрифт – это уникальный шрифт, который соответствует идеологии организации или компании. Фирменный шрифт влияет на формирование образа бренда у потребителей.

Носителями фирменного стиля являются:

1. внутреннее и внешнее оформление – это предметы интерьера, витрины, вывески, баннеры, что является одной из важных составляющих фирменного стиля организации или предприятия;

2. делопроизводство: бланки, визитки, конверты, бланки документации, фирменные папки;

3. сувенирная продукция: ручки, пакеты, блокноты, открытки, календари;

4. корпоративный стиль: форменная одежда, именные таблички, наклейки;

5. маркетинговые материалы: буклеты, каталоги, плакаты, листовки;

6. транспортные средства.

На занятиях компьютерной графики следует рассказать о том, что к средствам создания фирменного стиля также относятся и графические редакторы. Графические редакторы бывают растровые и векторные. Наиболее популярные профессиональные растровые графические редакторы, такие как: Adobe Photoshop и Gimp – бесплатный аналог Photoshop. К популярным векторным графическим редакторам относятся: Adobe Illustrator и CorelDraw, а также бесплатный графический редактор Inkscape. Растровые графические редакторы позволяют рисовать и редактировать изображения на экране компьютера, а также сохранять их в таких растровых форматах как JPEG и TIFF, которые позволяют сохранять растровую графику с наименьшим

снижением качества. PNG и GIF поддерживают хорошее сжатие без потерь качества, BMP поддерживает сжатие (RLE), представляющее собой несжатое описание изображения. Векторные графические редакторы описывают изображения с помощью прямых и изогнутых линий, называемых векторами, и параметров, описывающих цвета и расположение. В векторных графических редакторах можно переносить элементы, менять их размер, форму, цвет, что не отразится на качестве визуального представления. Векторная графика не зависит от разрешения, то есть может показываться на различных выходных устройствах с различным разрешением без потери качества. Векторные графические редакторы позволяют создавать и редактировать векторные изображения на экране компьютера и сохранять эти изображения в разных векторных форматах, таких как CDR, AL. EPS, WMF, SVG.

Таким образом, проблему нехватки дисциплин по изучению дизайна в системе дополнительного художественного образования можно решить с помощью внедрения информации о дизайне в такие общепринятые предметы, как композиция, история искусств и компьютерная графика. В данной статье рассмотрены основные термины, характерные для графического дизайна, изучена современная литература по графическому дизайну. Данная статья будет полезна педагогам и обучающимся художественных школ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1. Глейзер Дж., Найт К. Дизайн. Разработка проектов. Разбуди свое вдохновение! – Спб.: Питер, 2014. – 248 с.: ил.*
- 2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие / А.М. Годин. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2013. – 184 с.*
- 3. Его величество бренд // Искусство управления. Аналитический журнал. – 2004. – № 6(30).*
- 4. Лазарев Е.Н. Дизайн машин. – Л.: Машиностроение. Ленингр. отд-ние, 1988. – 256 с.: ил.*
- 5. Международный профессиональный журнал PR в России. – № 4(140)/12-13.*
- 6. Робин Уильямс. Дизайн. Книга для недизайнеров. – 4-е изд. – Спб.: Питер, 2016. – 240 с.: ил.*