

## **7 Категории дизайнерского проектирования**

### **7.1. Модуль и модульная сетка**

### **7.2. Текст**

### **7.3. Графические объекты**

### **7.4. Свойства зрительного восприятия**

### **7.1. Модуль и модульная сетка**

- Модуль — это кратно повторяющееся изображение, размер или пропорция.
- Модульная сетка — это структура (каркас, шаблон) расположения графических элементов на страницах.

#### **Параметры модуля и модульной сетки**

Основой модульной сетки является «модуль», иначе говоря — основной шаг сетки, который визуально определяется шириной и высотой клетки (модульной единицы). Клетки строятся с помощью вертикальных колонок и горизонтальных линий. Сетка может быть самой разнообразной, всё в зависимости от назначения издания и идеи дизайнера.

Сетка создается для всего разворота, а не для каждой страницы отдельно. Это делается для того, чтобы весь журнальный разворот воспринимался бы как единое целое, а не распадался на правую и левую части, а всё издание не выглядело бы как подшивка из разнородных страниц. Сетка разворота может состоять из 2, 3, 4-х и т.д. равных и неравных по ширине колонок.

Кроме распределения по колонкам, в модульной сетке используются также базовые горизонтальные линейки. К ним привязываются строки текста и границы графических элементов для визуального упорядочения и выравнивания.

### **7.2. Текст**

Заголовки могут помещаться как в одной колонке, так и простираться на несколько колонок. Нередкий случай, когда заголовок является единственным элементом для всей страницы. Всё зависит от креативной идеи и личных предпочтений дизайнера.

# London Fashion Week



**Luxury shopping destination, Bicester Village and the British Fashion Council have joined forces in a unique collaborative venture to launch the first ever 'Pop-Up' store designed specifically to celebrate new British design talent.**

The 'Young British Designer' Pop-up store, located in a prime position at Bicester Village will run from 28th March - 7th May 2010 and for six weeks only will exclusively showcase ready-to-wear and accessories collections from some of the most talented designers to have graduated, combining creativity with style, with price reductions of up to 50%.

Designers who have confirmed their involvement in the Bicester Village 'Young British Designer' Pop-up store include: House of Holland, Richard Nicoll, Markus Lupfer, Anne Cook, Sarah, Mary

Karimou, Louise Gray, David, Heller.

The exciting, boutique-style concept store has been created to support those young British designers recognised by Bicester Village and the British Fashion Council as the future of British Fashion - the home-grown, new generation of talent whose avant-garde styles are making a name for the industry to the next level.

As a truly unique shopping experience, the store will also offer an unprecedented opportunity to purchase must-have pieces to

a collective of young designers, who's sought-after designs have never been brought together in a single issue and will attract devoted fashionistas eager to get their hands on more affordable investment purchases, not to mention the pieces over which they've been coveting all season.

"Bicester Village is delighted to be working with the British Fashion Council on such an exciting initiative in support of young British designers. We are committed to providing a retail opportunity for growing designers to showcase and sell their collections to the wider public, we hope to grow the offering season by season with emerging designers joining the scheme to ensure Bicester Village continues to deliver the ultimate shopping experience."

**Bonnie Bullock, Chief Executive**

**Bicester Village/Bonnie Bullock**

"The British Fashion Council is pleased to announce the forthcoming collaboration with Bicester Village on the 'Young British Designer' Pop-up store. As an organisation it has always been top of agenda that we offer young designers support and commercial direction in order to grow their businesses. We feel that this scheme is a very exciting opportunity for the designers involved."

**Nazli Wilson, Chairman of the British Fashion Council**

See young British designers flourish and is one of the top planned projects celebrating timeless British Fashion at Bicester Village.

*...Jane Blackburn*

Рисунок 1 – Пример заголовка шириной во весь лист

## 7.3. Графические объекты

Точно так же и графические изображения (фотографии или иллюстрации) могут занимать одну или несколько колонок, а могут и заполнять собой весь разворот. Довольно распространен прием, когда фотография занимает собой одну часть разворота целиком и немного распространяется на вторую часть с тем, чтобы визуально объединить обе части.



Рисунок 2 – Фотографии на две и три колонки шириной



Рисунок 3 – Использование фотографии на развороте

### Особенности модульной сетки

Модульная сетка не обязательно строится из перпендикулярных линий. Иногда дизайнер решает наклонить сетку или вообще придать ей оригинальную форму.

**Зачем дизайнеру учитывать особенности воздействия на читателя? Для того, чтобы сделать свою работу запоминающейся.**

Взяв в руки газету или журнал, читатель получает первое представление о них, еще не прочитав ни строчки. Внешний вид издания должен соответствовать содержанию, создавать облик, настроение публикуемых в них журналистских материалов. Это главная задача при выработке дизайна и верстки печатных СМИ. Она проявляется как на макро-уровне — относительно всего издания, так и на микро-уровне — при оформлении каждого публикуемого материала.

Успех дизайна издания СМИ во многом зависит от того, как будет воспринята работа. Оценку дизайнерской работы дает читатель. А человек — существо сложное, его физически и психический комфорт определяются самыми разными факторами. Поэтому необходимо знать и учитывать особенности восприятия человека и, в частности, зрительной его составляющей.

### 7.4. Свойства зрительного восприятия

- По статистике, человек воспринимает зрительно 83% (в некоторых источниках 80%) поступающей к нему извне информации,
- на долю слуха приходится 12%,
- на долю вкусовых ощущений и осязания — 2%,
- на долю обоняния — 3%.

**Органы чувств у всех людей устроены примерно одинаково, следовательно, существуют объективные закономерности зрительного восприятия. Рассмотрим некоторые из них:**

Последовательность

Запоминаемость

Избирательность

Ассоциативность

Образность

Последовательность

Любое изображение или объект, которые находятся у нас перед глазами, состоят из деталей. По данным физиологов, при рассматривании объектов зрачок все время хаотически движется, но хаотичность эта кажущаяся. Глаз устроен так, что за один раз позволяет обозначить только один образ, затем переходить к следующему и т.д., то есть человек смотрит последовательно.

При знакомстве с объектом он как бы «ощупывает» его взглядом. В зрительной памяти остаются характерные признаки, движение глаз отражает работу мысли. Глаз не обводит контуры предметов, а перескакивает от одной части изображения к другой, несколько раз повторяя один и тот же путь. Элементы изображения, по которым человек чаще всего скользит взглядом, являются смысловыми центрами.

Запоминаемость

Из множества элементов рассматриваемого изображения или объекта человек может за короткое время одновременно воспринять и запомнить не более 7+2. При верстке полос или создания коллажей нельзя перегружать свою работу.

Избирательность

Максимум внимания среди множества предметов приковывает изображение человека или животного. Лица людей на картине значат больше, чем фигуры, а главные элементы, фиксируемые на лице, то есть, глаза, нос и губы. Точки, в которых при рассматривании зрачок останавливается и меняет направление, называются точками максимальной кривизны данного участка контура. Они наиболее важны для опознания фигуры. Резкие изломы линий используются художниками для создания наибольшей выразительности, для стилизации изображений. Этот прием использовался в народном творчестве при вышивке крестом и в ковровых рисунках, на нем строили свои работы кубисты, по тому же принципу рисуются пиктограммы.

Ассоциативность

Ассоциативность устанавливает связи между отдельными представлениями, вследствие чего одно из них вызывает другое, третье и т.д. Приведем в качестве примера эмоциональное зрительное восприятие линий. При разглядывании различных линий возникают различные вполне определенные чувства и ассоциации. Разные формы линий, их направление — это элементы выразительности.

Образность

Образность — основанная на ассоциативности способность возбуждать в сознании художественные образы. Например, вид морской раковины вызывает в воображении океан. Порой объект, не виденный ранее, способствует возникновению какого-то близкого, давно знакомого образа. Ассоциативность и образность зависят от развития человека: они тем богаче, чем выше его интеллект.

В психодиагностике используют тест Роршаха. Глядя на бесформенные пятна, человек пытается определить, напоминают ли они растения или животных, явления природы или достижения цивилизации. Появляющиеся образы обусловлены формой пятен, цветом, фоном. Отношения к цвету — показатель эмоционального состояния, а степень оригинальности ответов характеризует интеллект, правда излишняя оригинальность свидетельствует о вычурности мышления