

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДИЗАЙН-ПРОЕКТИРОВАНИИ ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА

Г.М. Корякина, Е.Р. Крылова (Липецк)

Цифровые технологии, используемые повсеместно в нашем мире, не смогли обойти стороной и сферу изобразительного искусства. Компьютерные программы значительно облегчили создание дизайн-проектов различных объектов, в том числе и рекламных плакатов. В данной статье будут рассмотрены цифровые технологии, наиболее активно применяемые при разработке рекламных плакатов, и рассмотреть особенности современных отечественных работ. Актуальность данной темы заключается в том, что она помогает выявить новые инструменты и техники, узнать современные тренды и понять уникальные решения в области рекламы, концептуально отражающие современную эпоху.

Разберемся, что же такое цифровые технологии и как они используются в дизайне. Цифровые технологии – это технологии позволяющие выполнять различные действия в электронном виде, используя компьютер и сеть. С их появлением дизайн вышел на новый уровень. Художникам стало проще и быстрее воплощать в жизнь свои идеи, которые раньше казались невозможными. До эпохи интернета дизайн был преимущественно графическим. Дизайнеры по большей части создавали иллюстрации для книг, упаковки товаров, логотипы и многое другое. При работе они использовали кисти, краски, карандаши и все традиционные материалы. Компьютеры и цифровые технологии произвели революцию в графическом дизайне. Дизайнеры отказались от традиционных материалов в пользу цифровых инструментов – Photoshop, Illustrator и InDesign. Ну а профессия графического дизайнера стал более востребованной, ведь появилась необходимость разрабатывать визуальное составляющее цифрового пространства для привлечения новых пользователей [2].

Теперь разберемся, что такое плакат и как он появился в России. Плакат – это уникальный вид графического искусства, который включает в себя живопись, графику, фотографию и текст. Который способен создавать общественное мнение, менять сознание, призывать к действию, поступкам. Созидая, его художник создает настрой и направление мысли человека. Его можно растиражировать, распространить в большом количестве.

Русский плакат насчитывает чуть больше 100 лет своего развития. Это достаточно малый срок, но при этом он достиг значительных высот. Русское плакатное искусство начало стремительно развиваться в последней четверти XIX в. Используя возможности литографии, рекламный плакат того времени носил ярко выраженный характер художественности и живописности [1].

После революции направление политики плаката меняется. Он становится агитационным, более социально направленным. Его еще одной функцией становится пропаганда. Вовлечение в спорт, отказ от вредных привычек, культурное просвещение, ведение здорового образа. Получает большее распространение в быту и городской жизни. Плакат приходит в сельскую местность, побуждая, направляя к новым веяниям и развитию.

Благодаря появлению фотографии, которая вносит в графическое искусство новые возможности и способы изображения, отечественный плакат становится на новую ветку в своем развитии. Примером могут служить работы фотографа-новатора А. Родченко. Он, имея в руках обычный фотоаппарат, создал уникальные для своей эпохи снимки, используя ракурс и особенности светотени, которые потом были использованы в рекламном плакате, делая его интересным и необычным.

В 30е годы плакат возвращается к своей и рекламной функции. Показывает его связь с действительностью, акцентирует внимание на человеке-производителе или потребителе [1].

В XX веке революция в печатной индустрии, вызванная переходом от традиционных методов, к офсетной печати, кардинально изменила качество печатной продукции. Офсетная печать позволяла использовать дополнительные цветовые оттенки, передавать нюансы, линии и детали изображений такими которыми их задумал изначально автор. Это открыло новые горизонты для дизайнеров, но, с другой стороны, усложнило создание плакатов, требуя от них более тонкого и детального подхода [3].

Одним из нововведений художников-плакатистов прошлого века можно назвать введение образа "героя" в контексте плаката. Появление маскотов в России имеет долгую и интересную историю, которая тесно связана с развитием культуры и общественной жизни страны. В советское время появились первые маскоты, которые служили пропагандистским целям и воплощали идеологию. Например, пионерский галстук, символика ВЛКСМ, изображения "дяди Стёпы" и других персонажей. После распада СССР маскоты начали активно использоваться в рекламных кампаниях, спортивных мероприятиях и других сферах. Появились символы крупных компаний, спортивных клубов, телеканалов, фестивалей. Маскоты стали неотъемлемой частью массовой культуры, особенно в спорте (например, "Мишка" – талисман Олимпийских игр в Москве 1980 г.), в рекламе, в развлекательных мероприятиях. Во многих регионах России появились свои маскоты, которые олицетворяют региональную идентичность, культуру и историю.

Российский рынок рекламы, как и весь мир, переживает трансформацию под влиянием цифровых технологий. Дизайн-проектирование рекламного плаката, традиционно основанное на бумажных макетах и ручной обработке изображений, претерпевает глубокие изменения. Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign – сейчас незаменимые инструменты для создания, редактирования и обработки изображений, текста, векторной графики, разработки макетов. Дизайнеры все чаще создают цифровые плакаты для онлайн-рекламы, используя HTML, CSS, JavaScript и другие веб-технологии. AI начинает влиять на дизайн-проектирование, помогая генерировать идеи, создавать изображения и оптимизировать макеты.

Несмотря на многовековую историю, российский плакат не только не утратил актуальность, но и продолжает оставаться одним из наиболее востребованных форматов наружной рекламы. Современные технологии привнесли в плакатную графику свежий взгляд, обогащая ее новыми возможностями и качеством.

Особое значение в современном плакате приобретает взаимосвязь между графической формой, текстом и контекстом. Слова и текст перестают быть статичными элементами, а вступают в активное взаимодействие с изображением, создавая динамичный и многогранный визуальный язык. Развитие жанра плаката в современном графическом дизайне тесно связано с этим новым подходом к тексту и графике.

Таким образом, цифровые технологии очень сильно упростили работу дизайнеров и позволили воплотить самые разнообразные их идеи. Цифровые инструменты, такие как векторные редакторы, 3D-моделирование, анимация и искусственный интеллект, открывают безграничные возможности для создания уникальных и запоминающихся визуальных образов. Цифровые технологии снизили затраты на производство и распространение плакатов, позволяя создавать более доступные рекламные материалы. Каналы распространения, такие как интернет и социальные сети, делают рекламу более доступной для широкой аудитории. Однако существуют и определенные сложности. Дизайнеры должны освоить новые цифровые инструменты и адаптировать свои навыки к новым технологиям. А также переизбыток цифровых инструментов может привести

к однотипности и потере индивидуального стиля. В целом, цифровые технологии играют решающую роль в развитии отечественного рекламного плаката. Они открывают новые горизонты для креативности, эффективности и доступности, но требуют от дизайнеров и компаний постоянного обучения и адаптации.

Источники и литература:

1. Бабурина, Н.И. Русский рекламный плакат / Н.И. Бабурина. – М.: Контакт-культура, 2001. – 224 с.
2. Васина, С.А. Влияние цифровых технологий на современный дизайн / С.А. Васина // Наука, образование и культура. – 2024. – №2(68). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-tsifrovyyh-tehnologiy-na-sovremennyu-dizayn>.
3. Плакаты русского конструктивизма 1920–1930-х годов [Электронный ресурс] URL: <https://tramvaiiskusstv.ru/plakat/articles-plakat/item/1274-15-11-2017-russkij-konstruktivizm-1920-kh-1930-kh>.

СПЕЦИФИКА СОЗДАНИЯ КНИЖНОЙ ИЛЛЮСТРАЦИИ НА ОСНОВЕ КЛАУЗУРЫ ПЕРВОГО ПРОЧТЕНИЯ

Г.М. Корякина, Е.И. Родионова (Липецк)

Сегодня в эпоху информатизации и цифровизации все большую популярность приобретают интернет-ресурсы с книгами, в том числе и с текстами русской классической литературы. Однако у данных сайтов есть недостатки: всплывающая реклама, а также текст, идущий «сплошным потоком», в котором порой отсутствует разделение на абзацы и главы. Это усложняет не только восприятие текста произведением читателем, но и его ориентацию в нем. Поэтому, на наш взгляд, главная задача книжной продукции – вернуть культуру чтения и бережного отношения к написанному слову.

Соответственно, перед специалистами в области графического дизайна, занимающимися версткой, возникает важная задача – создать единое, эстетическое пространство прочтения многостраничного издания, которое читатель не захочет выпустить из своих рук.

Рассматривая иллюстрацию в контексте макета книги необходимо отметить, что ее визуализация, ее пропорциональное значение относительно выбранного формата, ее место в макете издания, реализует те задачи, которые ставятся перед изданием того или иного автора.

В рамках процесса обучения студентов-дизайнеров одним из заданий по дисциплине «Иллюстрирование» является разработка иллюстраций к произведениям М.Ю. Лермонтова. С его именем все подрастающее поколение знакомится в рамках общего среднего образования. А его прозаические и поэтические произведения являются источником творчества для выполнения заданий по дисциплине, поскольку привлекают своей актуальностью, а также разнообразием образов. Благодаря последнему, перед графическими дизайнерами открывается огромный простор для воображения и многообразию графических решений при создании иллюстраций, которые могут работать как самостоятельно, так и стать основой будущего многостраничного издания.

Рассмотрим основные этапы работы над визуализацией графической темы конкретного произведения – «Ветка палестины». Здесь в первую очередь мы обращаемся к рекомендациям по иллюстрированию, сформированным еще в советском пространстве в середине двадцатого века. Для иллюстрирования любого художественного произведения существенным является умение выявить в тексте стиль писателя и созданные