

**Основные  
художественные средства  
визуальной рекламы.**

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

# Графика

(греч. graphike, от grapho – пишу, черчу, рисую) – вид изобразительного искусства, включающий рисунок и печатные художественные произведения, основывающиеся на искусстве рисунка.

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



*Мушкино*

ЗАГОРОДНЫЙ ПОСЕЛОК

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

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

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



ОНЛАЙН КУРС

**ОСНОВЫ ИЛЛЮСТРАЦИИ  
В ADOBE ILLUSTRATOR**





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

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

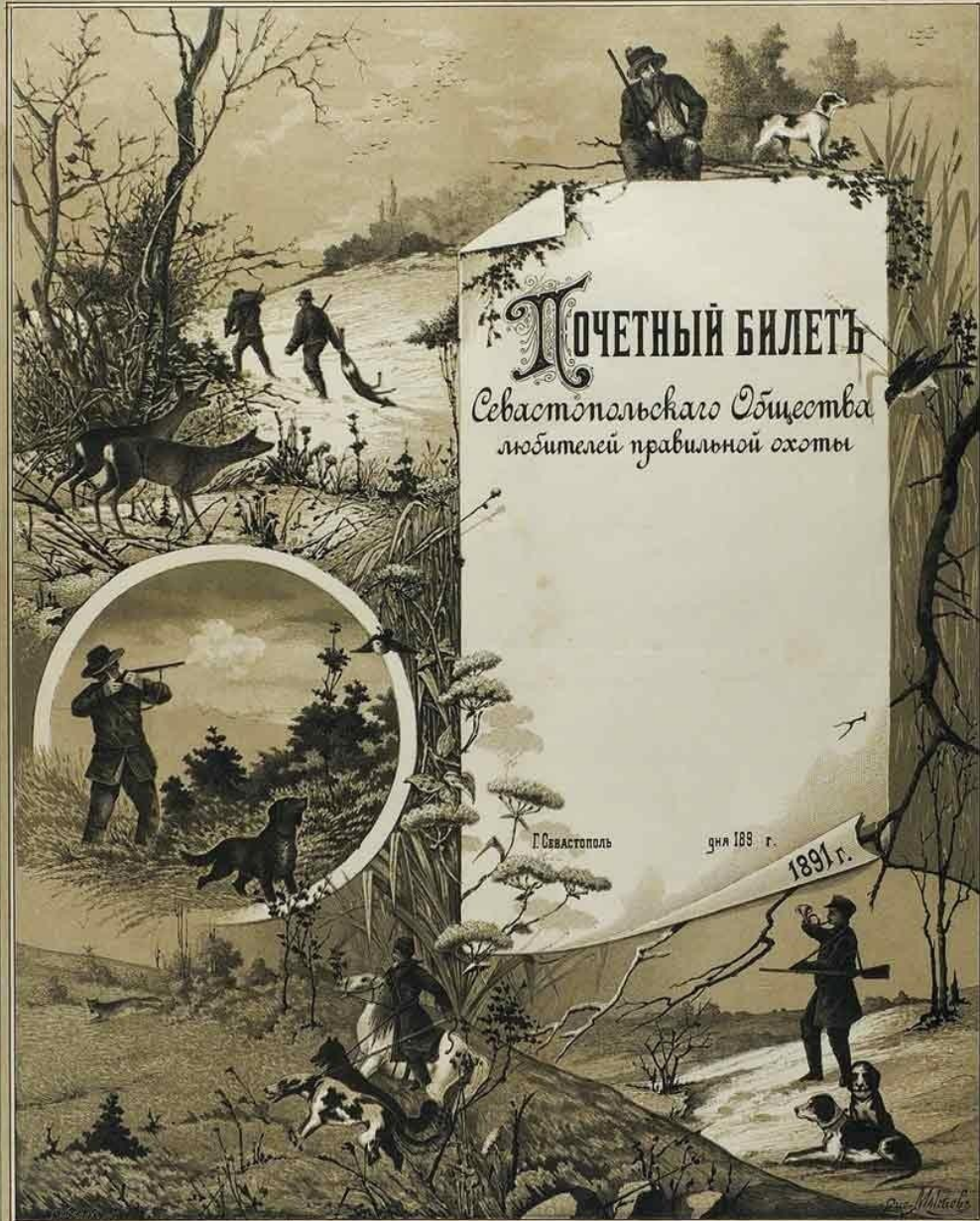
- обладает малой реалистичностью, поэтому вызывает меньшее доверие у зрителей;
- его создание представляет более трудоемкий процесс.

fun for the  
whole  
family



in wonderful  
**WISCONSIN**

relaxing play . . . cool, restful



**Почетный билет**  
Севастопольского Общества  
любителей правильной охоты

г. Севастополь

дня 188 г.

1891 г.

Дев. Волков. Издание. Севастополь. 1891 г.

Лит. В. С. С. С.

Несмотря на эти обстоятельства, без рисунка невозможно обойтись.

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

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





Деятельность дизайнера-рекламиста невозможна без применения различных чертежных инструментов.

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

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





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





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



*Please Join Us For A*

**90<sup>th</sup>**

*Anniversary*

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

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



Корма и кормовые  
добавки нового  
поколения для  
сельскохозяйственных  
животных и птицы



**Биоком**  
biocom.by

Контроль  
качества на  
всех стадиях  
производства  
продукции



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

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

Качество осушителя подстилки  
и мест содержания животных  
и птицы

 **Биоком**



 **Биоком**

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

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

Больше информации  
на сайте

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

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



# Фотографика

Одним из наиболее используемых художественных средств в дизайне является фотографика.

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





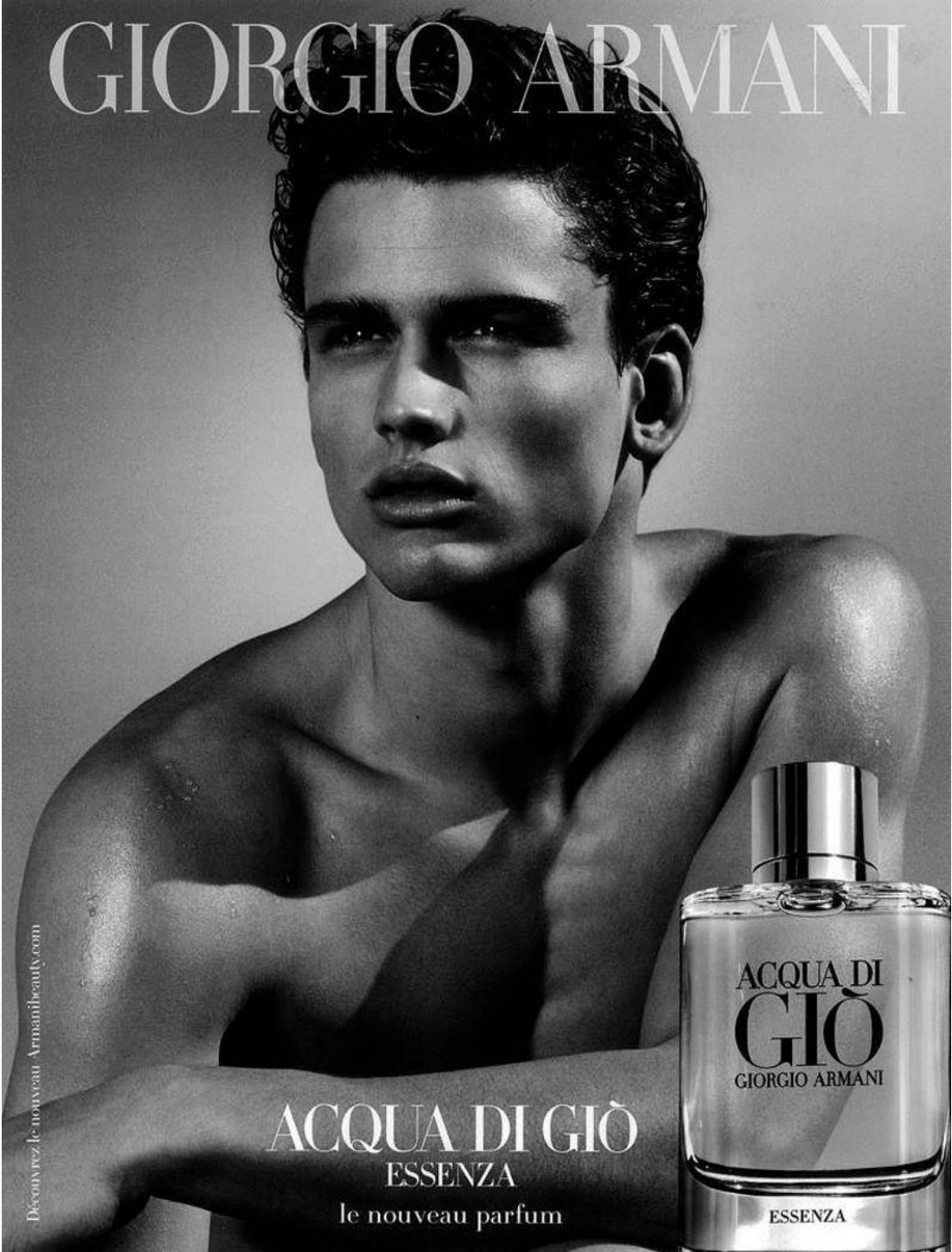
Эффективность фотографии как художественного средства зависит от различных приемов, используемых в ней.

Фотография может быть черно-белой или полноцветной.

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

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

# GIORGIO ARMANI



Découvrez le nouveau Armani beauty.com

ACQUA DI GIÒ  
ESSENZA

le nouveau parfum





DOLCE & GABBANA  
the one

NEW  
EAU DE PARFUM FOR MEN

Использование фотографии очень распространено.

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





**TOM FORD**  
BLACK ORCHID

TOM FORD  
BLACK ORCHID  
50 ML



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

tele2.ru

**ЗВОНКИ  
ВНУТРИ СЕТИ  
МИНУТЫ НЕ УКРАДУТ**

на всей линейке  
тарифов «Мой Tele2»

**TELE2**



tele2.ru



**СОХРАНЯЕМ ВАШИ  
МИНУТЫ И Гб**

Переносим остатки  
на следующий месяц.  
Подключайтесь!

На открытых тарифах  
линейки «Черные»

**TELE2**

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

INTRODUCING A NEW FRAGRANCE L'EAU INTENSE

# LOVE, Chloé



WWW.CHLOE.COM/LOVE

# Типографика



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

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

**Шрифт является неотъемлемой частью большинства информационных сообщений.**



**BIG** SLIM  
**JOHN** JOE  
FREE **FONT**

**BIG WORDS  
DESERVE  
BIG  
LETTERS**

THE BRIGHTEST  
FLAME CASTS  
THE DARKEST  
SHADOW



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

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

# SokaQola

A HAND LETTERED TYPEFACE

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

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

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



Luigi Snozzi  
Locarno

26.05.15 / 19.00  
Audimax  
[m18.uni-weimar.de/horizonte](http://m18.uni-weimar.de/horizonte)



# Классификации шрифтов:

## *по технике исполнения:*

- рукописный;
- рисованный;
- наборный;

## *по конструкции букв (по наличию засечек):*

- имеющие засечки;
- рубленные;

**в зависимости от назначения** (часто используемые):

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



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

Букву  
на  
строкаше

Советы и рекомендации

**Как кастомизировать  
рисованные шрифты**

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

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

The image features the text "Ocean Blue" in a white, elegant cursive font. The text is centered horizontally and positioned in the middle of the frame. The background is a deep blue with a subtle, wavy pattern that resembles the surface of water or a draped fabric. The lighting is soft, creating a gentle gradient from a slightly lighter blue at the top to a darker blue at the bottom. The overall mood is serene and calm.

*Ocean Blue*

## ***требования к выбору шрифта:***

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