

Древин Владислав Владимирович

доцент

Институт искусств

ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный

педагогический университет»

г. Новосибирск, Новосибирская область

СОВРЕМЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТИПОГРАФИКИ ПОСТМОДЕРНИЗМА В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙН-ОБРАЗОВАНИИ

Аннотация: автор данной статьи отмечает, что образование должно отражать дух сегодняшнего дня. Постмодернизм в графическом дизайне меняет отношение к шрифту. Шрифт берет на себя функции картинки, служит изобразительным материалом, выходит в 3D пространство, преобразуется в леттеринг. Разработка шрифта становится массовым делом. Все это должно найти свое отражение в рабочей программе курса типографики.

Ключевые слова: графический дизайн, постмодернизм, типографика, шрифт, дизайн-образование, обучение.

Современное общество столкнулось с беспрецедентным, массовым развитием информационно-коммуникативных (рекламных) технологий. Тривиальная реклама становится все менее эффективной в современном мире, а постмодернизм привносит новое в стилистику и технологию рекламы, именно поэтому необходимо изучать и анализировать происходящие процессы [1, с. 94].

Созвучность с современной визуальной культурой – важный фактор образования. К графическому дизайну предъявляются требования остро чувствовать нерв времени, отражать дух сегодняшнего дня и даже заглядывать в день завтрашний [2, с. 3].

Постмодернистская парадигма меняет отношение к шрифту. Стало нормой использование непрофессионального шрифтового творчества в профессиональной типографике. Собственные поиски постмодернизма в области шрифта идут сразу во всех направлениях. Разрабатываются шрифты, основанные на почерках

рок-звезд, великих людей. Шрифты пишут: кистью, пером, пальцем, применяют «Colapen», «Brushpen», рейсфедер и другие инструменты. Буквы соединяются с живописью, рисунком, фотографией, различными предметами. Их вырезают, трафаретят, рисуют, шьют, пилят, выпекают, насыпают, наливают, склеивают, выдавливают, печатают, моделируют и так далее.

Постмодернизм связан с такими понятиями как: «игривость», неординарность, «острота», «свежесть», «парадоксальность», «крутизна», способными «зацепить» чувства и создать выразительный образ. Сказанное не требует ссылок на исследования: достаточно посмотреть современную рекламу на телевидении, на примеры рекламы в книгах и журналах по дизайну. Для наших дней характерен поиск нестандартных решений, постоянная игра вокруг шрифтовой формы, особенно это проявляется в плакате. Если в упаковке и этикетке композиционным акцентом и главным звеном является название продукта (т.е. шрифт), то в плакате – это изображение. Существенную часть современных плакатов составляют типографические плакаты (шрифтовые) и в этом случае информационный текст должен приобрести эмоциональную образность и выразительность картинки. За отсутствием картинки текст принимает ее функции на себя. Данная характерная особенность сегодняшнего дизайна вылилась в целое направление леттеринг. От латинского слова *litera* (буква), и сам процесс их рисования называли леттеринг. Рисовать буквы можно не только на бумаге или на компьютере, дизайнеры используют для леттеринга любые поверхности и материалы, создавая оригинальные композиции. Ранее реклама стандартно состояла как бы из двух составляющих: текста и изображения. Текст вносил в рекламу точную и ясную информацию, а изображение эмоции и образ. Сейчас, как стало модно говорить: два в одном, текст в состоянии выполнять обе эти функции одновременно.

Шрифт, как правило, высококачественный продукт профессионального труда дизайнеров, (кроме «самонадеятельности» некоторых индивидуальных авторов из internet). В процессе проектирования автор шрифта «шлифовал» его по пропорциям, форме каждого глифа, убедительности, выразительности ли-

ний и контрформы, цветности элементов каждого знака и знаков в целом. Приводил в соответствие аперттуру, оценивал количество воздуха внутри буквы, следил за целостностью образа и характерными для данного шрифта гарнитурными признаками: их качеством и степенью проявления и т. д. Шрифт, наполнен различными ритмами, присущими любому произведению искусства. Повтор и чередование округлых и прямых форм, слов и межсловных пробелов, букв и апрошей, строк и межстрочных пробелов, строчных и прописных букв и т. д. В результате мы получаем гармоничное и выверенное по эстетическим критериям «произведение искусства». Каждая буква уже гармоничная выверенная по пропорциям и графике картинка абстрактного искусства не нуждающаяся в дополнительном украшении. Шрифт самодостаточный, великолепный материал для широкого использования при создании креативного дизайна. При современном изобилии шрифтов по стилю, весь комплекс настроений и ощущений можно передать как бы отдельно от значений слов [3]. Все чаще используют шрифт в качестве изобразительного материала. Рисуют буквами и словами как бы абстрактную графику заведомо не рассчитанную на чтение и выполняющую функцию декоративного элемента или абстрактного изображения. Рисуют шрифтами и конкретные узнаваемые образы, например, фигуры и лица людей, предметы, животных, растений и т. д. В ход идут наборный шрифт, рисованный и каллиграфия.

Быстрое развитие цифровых технологий дало в руки дизайнера комплекс новейшего инструментария (графические планшеты, сканеры, принтеры, цифровые фотоаппараты и др.) и комплект постоянно усложняющихся программных продуктов, предлагающих новые возможности по обработке изображений, в том числе и с 3D технологиями. Все это позволило перейти на новый уровень сложности дизайна с использованием всех возможностей и эффектов, предлагаемых современной техникой. Если сравнивать классическую, модернистическую и постмодернистическую парадигмы, то заметим усложнение выразительного языка дизайна и различное отношение к изображаемому простран-

ству внутри листа. Пространственная организация может быть плоской (одноплановой), многоплановой (многослойной) и объемной. Уравновешенное пространство классики формировалось вокруг одной оси – оси симметрии. Модернизму потребовалась динамика, для которой необходимо как минимум две оси. Новые технологии позволили постмодернизму стать «объемным», то есть появилась третья ось – ось глубины. Как искусственный образ графика неизбежно вызывает работу воображения, и, чтобы образ проник в сознание, необходимо лишь, чтобы он связался с привычным пространственным представлением. Виртуальная глубина в плоскости листа вполне согласуется с современными технологиями виртуальности в интернете. Третья ось обеспечивает пространственную ориентацию элементов композиции, в результате добавления нового измерения – глубины – увеличивается содержательность графики, усиливается ощущение окружающей среды. Глубина не всегда необходима, но она, как правило, повышает выразительность языка рекламы. Многие фирмы добавили объемности своим товарным знакам (ранее плоским). Наибольшая выразительность достигается при использовании транспарентности, линейной перспективы и многослойности. Достаточное количество типографических плакатов, где шрифт движется по каким-либо пространственным траекториям или трансформируется как-либо в пространственной среде, доказывают выше сказанное. «Глубина» создается с помощью характеристик, которые действуют как пространственные ориентиры:

1. Многослойность (оверлепинг), когда элементы композиции находятся друг за другом, частично перекрывая друг друга, как кулисы в театре.

2. Транспарентность (прозрачность), когда сквозь передние слои просвечивают находящиеся дальше.

3. Линейная перспектива (фронтальная, угловая, наклонные с тремя точками схода, так называемые «лягушачья» и с высоты птичьего полета), когда используются линейные сокращения уходящих вглубь фигур или других элементов.

4. Объемность, когда имитируется видимая «реальность» трехмерных объектов.

5. Окна отверстия, когда перекрытие активное, но в переднем слое имеются отверстия, через которые мы частично видим находящиеся в глубине.

6. Падающие тени, создающие иллюзию пространства при использовании одного слоя от которого отбрасывается тень на какую-либо плоскость или часть ее.

7. Характеристики, связанные с проявлениями воздушной перспективы:

а) чем ближе объект, тем четче его контуры, шире линия, ярче краски, четче проработаны детали и текстура, а также больше размер;

б) чем дальше, тем более размыты контуры, меньше размеры, уменьшение проработки или отсутствие текстуры, менее активны линии, слабее (светлее) оттенки цвета, цветовая раскраска обобщеннее и уход ее в голубые оттенки (цвет воздуха).

8. Светотень, т.е. имитация различной освещенности участков формы.

9. Использование известных из опыта размерных отношений для выявления расстояний между ними (например, соотношение величины яблока и дерева) и др.

Постмодернизм дает полное право любому непрофессионалу принять участие в пополнении шрифтового ассортимента. При модернизме проектирование шрифта являлось делом лишь высокопрофессиональных специалистов. Сегодня не занимается шрифтовым творчеством только ленивый. Молодежь решила, что шрифт и типографика – это модно и круто. Интернет буквально переполнен шрифтовым творчеством «дизайнерских масс».

В результате можно отметить, что при постмодернизме постоянно расширяются вариативные возможности применения шрифта. Текст все чаще берет на себя функции изображения (картинки), сам становится изобразительным материалом. Постоянно совершенствуется и расширяется выразительный язык типографики. Реальные тенденции развития графического дизайна требуют коррекции учебной программы по типографике, особенно раздел, связанный с

изучением особенностей культурно-исторической парадигмы постмодернизма и его выразительных средств. Вводятся новые творческие задания и упражнения. На кафедре подготовлена серия методических пособий и готовятся новые.

Список литературы

1. Серов С.И. Гармония классической типографики // Конспект-программа лекций по авторскому курсу «Проектная концептуалистика». – Часть 1. – М., 2003.

1. Ковриженко М. Креатив в рекламе. – СПб.: Питер, 2004. – 253 с.

2. Шервин Д. Креативная мастерская 80 творческих задач дизайнера / Пер. с англ. С. Силинский. – СПб.: Питер, 2013. – 240 с.

3. Серов С.И. Типографика виртуальной среды. Конспект-программа лекций по авторскому курсу «Проектная концептуалистика». – Часть 3. – М., 2003.