

РАЗДЕЛ I. КОМПЬЮТЕРНЫЕ ШРИФТЫ (III, IV СЕМЕСТР)

Тема №1. Шрифт, как набор графических изображений в компьютере

1. Растровые и контурные шрифты.
2. Форматы шрифтовых файлов.
3. Таблицы кодировок.

Битовые (растровые) шрифты

Простейший способ представления шрифта для любого из цифровых устройств (мониторы, настольные принтеры и фотонаборные автоматы) — составить рисунок каждой буквы в виде массива точек, собрать и сохранить эти рисунки как шрифтовой файл (font). Выводному устройству для отображения шрифта остается только копировать эти точки в соответствующее положение на экране или странице.

ТОЧКА ИЗОБРАЖЕНИЯ → ОДИН ПИКСЕЛ ВЫВОДНОГО УСТРОЙСТВА

Когда эта технология начала применяться, каждой точке изображения соответствовал один бит компьютерной информации, как простейший выбор между «да» и «нет»: есть точка или нет точки. Любые изображения из таких предварительно нарисованных массивов точек были названы битовыми картами (bitmaps), а шрифты, использующие этот способ отображения, — битовыми, или растровыми (bitmapped). В основе битовых карт лежит простой и разумный принцип, но чем больше точек содержит битовая карта, тем больше для нее требуется компьютерных ресурсов. Когда увеличивается разрешение устройства или размер буквы, число точек возрастает в геометрической прогрессии. Bitmap-шрифт является наиболее удобным для отображения на экране с точки зрения скорости прорисовки и затрат ресурсов компьютера на обработку. Страница для лазерного принтера с разрешением 300 точек на дюйм (dots per inch — dpi) содержит более миллиона точек. При разрешении 600 dpi число точек приближается к 4 млн. И даже при низшем уровне разрешения у фотонаборных автоматов это число возрастает до 16 млн. Удвоение размера знака увеличивает количество точек вчетверо. Кроме этого, для каждого кегля шрифта требуется отдельная битовая карта (и отдельный шрифтовой файл). Битовые карты, созданные для одного разрешения, окажутся слишком мелкими, когда станут отображаться на устройстве с более высоким разрешением, поскольку в этом случае реальный размер точек меньше. Таким образом, для отображения какого-либо шрифта одного и того же диапазона кеглей на экране монитора, на лазерном принтере и на фотонаборном автомате может потребоваться не одна сотня растровых шрифтовых файлов.

Векторные шрифты

Возможным решением проблемы масштабирования шрифта на высокие разрешения является использование векторных шрифтов. Эти шрифты являются естественным способом определения начертаний символов для устройств типа перьевых или струйных графопостроителей (плоттеров), способных непосредственно воспроизводить на носителе прямые либо кривые линии. В векторных шрифтах каждый символ представлен в виде совокупности геометрических примитивов - обычно отрезков прямых и дуг окружности, заданных своими координатами относительно «точки привязки» (origin point) символа. Масштабирование векторного шрифта производится простым умножением всех координат на соответствующий множитель. Помимо графопостроителей, в конце восьмидесятых годов некоторые программные продукты работали с векторными шрифтами и на дисплее - можно упомянуть графические средства всех компиляторов фирмы Borland для Dos. Однако для прорисовки шрифтов с качеством, пригодным для полиграфии, в векторных шрифтах понадобилось бы слишком большое количество элементов, образующих контура букв с переменной толщиной – эти контура пришлось бы «набирать» из множества тонких линий. В настоящее время векторные шрифты используются только в некоторых программах, связанных с подготовкой чертежей.

Контурные (векторные) шрифты

Более эффективным решением проблемы является использование так называемых «outline» (контурных) шрифтов. Иногда их также называют векторными - это вполне допустимо, если

только исключена путаница с теми шрифтами, о которых шла речь в предыдущем абзаце. Вместо запоминания битовых карт, меняющихся с изменением кегля шрифта, запоминаются только контуры символа

Начиная с 1980-х годов XX века, можно выделить четыре главных новшества, которые в корне изменили издательские системы. Сюда относятся:

- кривые Безье,
- язык (и шрифтовой формат) PostScript (PS),
- шрифтовые форматы TrueType (ТТ),

Все эти технологии обнаруживают тенденцию усиления контроля пользователя над внешним видом и печатью шрифта. Контурные шрифты (outline fonts) хранят рисунки знаков в виде контуров, математически представляемых совокупностью отрезков прямых и криволинейных сегментов. Отрезки прямых линий зачастую называют векторами (vectors), поэтому шрифты, их использующие, получили название векторных шрифтов (vector fonts).

Такие контуры можно масштабировать без искажения формы и пропорций знаков. Затем контуры заполняются цветовыми точками, создаваемыми устройством, с помощью которого происходит отображение шрифта с разрешением: около 100 dpi (dots per inch — точек на дюйм) на экране монитора, от 300 до 600 dpi на настольных принтерах и значительно выше 1 000 dpi на фотонаборных автоматах. Хотя сейчас контурные шрифты используются как для отображения текста на экране монитора, так и для печати, все же растровые шрифты продолжают применяться, но исключительно для вывода на экран. Это связано с тем, что при мелких кеглях, когда каждому знаку достается всего несколько точек экрана — пикселей (pixels) — более разумное распределение пикселей (и более удобочитаемый шрифт) чаще получается при создании знаков вручную, а не программным преобразованием векторного контура в битовую карту (растеризацией). Если у контурного шрифта имеется растровый вариант, то для экрана предпочтительнее использовать именно его, поскольку он оказывается более удобочитаемым, чем растеризованный вариант контурного шрифта. Формат — это способ машинной реализации представления данных.

Различия между форматами — в способах, которыми символы сохраняются в соответствующем файле ресурса шрифта. Знак или буква, хранящаяся в цифровом виде, называется глиф (glyph). В растровом шрифте каждый глиф — точечный (пиксельный) рисунок. В контурном шрифте глиф — это совокупность команд рисования линий и кривых, а также указаний по их рисованию. Поскольку абсолютное лидерство в настоящее время принадлежит векторным шрифтам, то и разговор о форматах будет преимущественно «лежать» в векторной плоскости. Однако следует отметить, что в Windows еще хранятся некоторые системные шрифты в растровом формате.

Растровые шрифты вы можете найти в системной папке Fonts с расширением FON.

Итак, зачем нам еще нужны растровые шрифты, если есть векторные?

Во-первых, растровые шрифты требуют меньше ресурсов для прорисовки символов на экране (пожалуй, это их главный плюс).

Во-вторых, они повсеместно используются в приложениях, поэтому ни в коем случае не удаляйте их из системной папки — последствия будут непредсказуемыми и малоприятными.

В-третьих, в DOS-приложениях используются именно растровые шрифты.

И в-четвертых, мелкие «пиксельные» шрифты по-прежнему актуальны в веб-дизайне, они являются неотъемлемой частью пиксельного стиля.

В общем, как вы понимаете, не время ставить точку в растровой истории, хотя растровые шрифты используются не так широко, как векторные.

Если вы откроете файл с расширением FON, то увидите, что он содержит набор знаков различной величины. Например, шрифт System имеет в наборе размеры 12, 18, 24, 36, 48, 60 и 72 пункта. Написать что-либо данным шрифтом (и чтобы при этом текст выглядел нормально) можно только при использовании заданных размеров. Сглаживание (antialiasing) для System и ему подобных шрифтов не работает. Получается нечто размытое, лишенное четких контуров. При

распечатке текста, набранного растровым шрифтом, также следует придерживаться одного из заданных размеров, в противном случае на буквах будут видны пиксельные «лесенки».

Форматы шрифтовых файлов

Само собой разумеется, что содержание шрифтового файла зависит от его формата. В отношении компьютерного шрифта слово формат (format) используется в двух смыслах.

Во-первых, формат определяется платформой, для которой шрифтовой файл создан. Например, два шрифтовых файла с одинаковыми данными для одних и тех же гарнитур могут иметь разные форматы в зависимости от того, предназначены они для платформ Apple Macintosh или Windows PC. Большинство шрифтовых файлов были созданы для того, чтобы соответствовать структурам данных одной или другой платформы, и шрифт, ориентированный на одну платформу, не сможет работать на другой.

Во-вторых, формат шрифтового файла отражает способ представления и организации собственно типографической информации. В настоящее время существует три основных шрифтовых формата — PostScript, TrueType и OpenType.

Формат PostScript

Шрифты PostScript Type1 описываются векторными контурами (кривые 3 порядка), формой которых можно свободно управлять (увеличивать, уменьшать и т. д.). В формате PostScript формы контуров описывает один файл - *.pfb, а все метрические (количественные) характеристики шрифта записаны в отдельном файле, имеющем то же имя и расширение - *.pfm. Шрифты в этом формате основаны на языке описания страниц PostScript, и для их обработки и отображения требуется интерпретатор этого языка. Главной отличительной чертой языка PostScript (кроме технологии языка и его функциональных возможностей) является то, что он не привязан ни к какому конкретному компьютеру и принтеру, как и к конкретной операционной системе или какому бы то ни было программному обеспечению.

У принтеров с высоким разрешением и фотонаборных автоматов такой интерпретатор обычно встроен в устройство; он представляет собой отдельный процессор, предназначенный для преобразования PostScript-кодов в управляющие коды устройства.

Для устройств с низким разрешением, какими являются экран монитора и настольные офисные принтеры, PostScript-шрифты отображаются PostScript-интерпретатором, встроенным в операционную систему, или с помощью дополнительного приложения, которое называется Adobe Type Manager (ATM). PostScript-шрифты обычно снабжаются еще и комплектом растровых шрифтов для экранного отображения в системах без PostScript-интерпретатора. Существует несколько типов PostScript-шрифтов, названия которых отличаются друг от друга только номером. В настольных и издательских системах, когда вы говорите о PostScript-шрифтах, принято считать, что речь идет о формате Type 1.

PostScript-шрифты стали стандартом в издательской отрасли, поскольку они обладают рядом преимуществ по сравнению с другими форматами. Одно из них состоит в том, что большинство фотонаборных автоматов и практически все устройства с высоким разрешением (например, устройства Computer-to-Plate⁸) снабжены PostScript-интерпретаторами — растровыми процессорами (raster image processor — RIP). Естественно, такие процессоры лучше всего работают с PostScript-шрифтами.

Когда поступает запрос на экранный вариант PostScript-шрифта, ATM (RIP - растровый процессор) перехватывает запрос и создает растровый экранный шрифт, основанный на контурах принтерного шрифта. В результате получается экранный шрифт любого кегля, который выглядит не хуже, чем битовая карта, созданная вручную (может быть, исключая только самые мелкие кегли).

У принтеров с высоким разрешением и фотонаборных автоматов такой интерпретатор обычно встроен в устройство; он представляет собой отдельный процессор, предназначенный для преобразования PostScript-кодов в управляющие коды устройства.

К тому времени, когда на компьютерах PC стала популярной ОС Windows, ATM уже превратился в стандарт, поэтому он и стал в операционной системе Windows единственным способом использования PostScript-шрифтов.

Как и на компьютерах Macintosh, в Windows использовались экранные (растровые) и принтерные (контурные) шрифты. (Единственным различием между ними было то, что в системе Windows все битовые карты собраны в единственном файле.)

Эта ситуация сохранялась до тех пор, пока Windows 2000 и XP не получили «родную» (то есть встроенную) поддержку PostScript-шрифтов. Теперь отпала необходимость в программе АТМ для отображения PostScript-шрифтов на экране. Операционная система OS X также одинаково трактует форматы TrueType, PostScript и OpenType, что исключает необходимость в АТМ. В растровом устройстве, каким является фотонаборный автомат или монитор компьютера, знаки рисуются пробегающим по «странице» лучом, который по пути включается или выключается. На рисунке луч уже многократно выполнил развертку по горизонтали, рисуя с каждым поперечным пробегом страницы тонкий фрагментик знака.

Число точек, чье положение RIP должен вычислять на каждой странице, огромно. Страница для лазерного принтера с разрешением 300 точек на дюйм (dots per inch — dpi) содержит более миллиона точек. При разрешении 600 dpi число точек приближается к 4 млн. И даже при низшем уровне разрешения у фотонаборных автоматов это число возрастает до 16 млн.

Формат TrueType

Форма шрифта TrueType также описывается векторными контурами (кривые 2 порядка), формой которых можно свободно управлять (увеличивать, уменьшать и т. д.) согласно желаниям дизайнера.

За счет большего числа степеней свободы PostScript-линия не имеет изломов в точках сопряжения фрагментов, тогда как для TrueType больший или меньший перелом линии в точке стыковки двух сегментов является почти неизбежным злом. Иначе говоря, символы PostScript-шрифта являются более гладкими, чем TrueType.

В течение нескольких лет в конце 1980-х годов в области компьютерного шрифта и наборных процессов PostScript-шрифт являлся первым и единственным стандартом цифровых шрифтовых форматов (font format).

Так не могло долго продолжаться. По коммерческим и технологическим причинам фирмы Apple Computer и Microsoft сообща создали новый шрифтовой формат — TrueType. Новый формат дал возможность обеим компаниям встроить отображения шрифта в свои операционные системы, не будучи ничем обязанными компании Adobe.

Формат цифровых шрифтов TrueType (ТТ) совместно разработан фирмами Apple и Microsoft как альтернатива шрифтам PostScript фирмы Adobe (хотя их различие технически невелико, но они не взаимозаменяемы).

Хотя предполагалось, что шрифты TrueType совместимы с PostScript-интерпретаторами, на фотонаборных автоматах возникали проблемы с выводом шрифтов этого формата. По этой причине PostScript-шрифты остались форматом, который предпочитают профессиональные издатели. Эти проблемы не утратили своей остроты, хотя популярность шрифтов TrueType в ОС Windows и новые коммерческие взаимоотношения компаний Adobe и Microsoft привели к более устойчивой работе PostScript-устройств.

В формате TrueType нашли свое воплощение несколько улучшений по сравнению с PostScript-шрифтами. Чаще всего отмечают технологию хинтинга" (hinting) — наличие в шрифтовом файле подпрограмм, которые обеспечивают более достоверное представление шрифтовых контуров при среднем и низком разрешениях. Из-за высокого качества хинтинга формат TrueType обычно распространяется без создаваемых вручную экранных (растровых) вариантов. Экранное представление шрифта генерируется непосредственно из контура знака, и в целом оно вполне приемлемо даже при очень мелких кеглях.

Компания Apple сделала попытку встроить некоторые возможности TrueType в операционную систему посредством формата QuickDraw GX (вариант языка описания страниц, который Mac OS использует для вывода изображений на экран), но их не поддержал практически никто. По крайней мере, это значит, что документ, созданный на платформе Mac, не будет работать на платформе Windows PC, у которой отсутствует поддержка технологии GX. Формат TrueType допускает размещение более широкого комплекта знаков (их уже больше, чем в

обычном шрифтовом файле 256). Двубайтовый способ описания (Unicode), использующий $2^{16}=65536$ символов, позволяет поместить в один файл различные национальные версии шрифта. В нем найдется место для альтернативных форм знаков и возможность контекстной замены знаков (contextual character switching). Это значит, что при определенных условиях один знак автоматически заменяется другим.

В чем преимущество TrueType-шрифтов?

Оба формата PostScript и TrueType задают контурное описание формы литер, то есть описывают форму букв так, как это делают векторные программы с контурами в изображении. Разница между ними в том, что формат TrueType, описывая контуры, использует кривые второго порядка, PostScript - кривые третьего порядка.

В формате PostScript формы контуров описывает один файл - *.pfb, а все метрические (количественные) характеристики шрифта записаны в отдельном файле, имеющем то же имя и расширение *.pfm. Обработкой инструкций и визуализацией шрифта для данных условий занимается отдельная программа - Менеджер шрифтов АТМ (Adobe Type Manager).

Для формата TrueType все инструкции сведены в отдельный файл, и управлением шрифтами занимается непосредственно операционная система Windows (или некоторые из программ Microsoft Office, что для нас в данном случае не имеет значения). Строение файла TrueType шрифта сложнее, чем шрифта PostScript, поскольку здесь часть функций, отдаваемых Менеджеру печати, внедрена в сам шрифт.

Формат TrueType допускает размещение более широкого комплекта знаков в шрифтовом файле. В них всегда имеется основной комплект знаков (256), хотя они могут содержать и дополнительные знаки, как, например, шрифтовые файлы в кодировке Unicode. Стандарт Unicode расширяет кодовую схему, включая знаковые комплекты для нелатинских алфавитов. Большинство шрифтовых файлов стандарта Unicode, например, для азиатских идеографических языков, двубайтовые (double-byte) и могут содержать более 65 000 знаков.

В самом деле, формат TrueType предлагает достаточно широкий диапазон типографических возможностей, большинство из которых не реализуется ввиду сложности (читайте: дороговизны) программирования как самого шрифтового файла, так и функций программных приложений, необходимых для того, чтобы воспользоваться всеми возможными преимуществами.

Формат OpenType

Шрифты OpenType могут иметь контуры, описываемые как кривыми третьего порядка (как в TrueType-шрифтах), так и кривыми Безье (кривыми второго порядка, как в TrueType-шрифтах). В первом случае файлы шрифтов имеют расширение OTF, во втором - расширение TTF.

Формат OpenType является гибридным, он создан компаниями Adobe и Microsoft и сглаживает различия двух форматов, позволяя им сосуществовать в одном шрифтовом файле. Он также дает возможность один и тот же шрифтовой файл использовать в обеих операционных системах Macintosh и Windows.

Хотя соглашение о создании формата было обнародовано еще в 1996 году, реальное распространение эти шрифты получили только в последние пару лет и являются наследниками как TrueType, так и TrueType (PostScript).

Проще говоря, шрифт формата OpenType — это шрифт TrueType с «кармашком» для PostScript-данных. Шрифт OpenType может содержать данные формата TrueType, данные формата PostScript или (теоретически) обоих форматов. Таким образом, существует потенциальная возможность оптимальным образом объединить лучшие стороны обоих форматов. Операционная система сама сортирует данные шрифта OpenType и выбирает только те из них, которые ее устраивают.

Шрифты в формате OpenType используют Unicode, поэтому возможное число символов в шрифте - более 65 тысяч, естественно, далеко не во всех шрифтах эта возможность используется.

Среди всего многообразия дополнительных и альтернативных знаков, которые встречаются в шрифтовых файлах, общеприняты следующие

В чем преимущество OpenType-шрифтов?

Отличительной особенностью формата, кроме возможности применения как на Macintosh, так и на PC, является наличие в шрифтах специальных комплектов символов:

капители (уменьшенные прописные буквы с несколько измененными пропорциями),
лигатуры (два и более символов, соединенных в один блок),
буквы с росчерками (применяемых на концах слов).

Кроме того, для одного и того же символа кодовой таблицы может существовать несколько контуров, называемых обычно глифами (возможность использования разных форм для одной и той же буквы, в зависимости от того, где она расположена). Для кириллического набора это имеет исключительно эстетическое значение, а вот, например, для арабских языков, где одна и та же буква в середине и в конце слова может иметь различную форму, или для индийского (деванагори), использующего слоговое письмо, это свойство принципиально важно.

Символ (Знак) –объекты, (буква, цифра и знак препинания и т.д.) из ячейки таблицы кодировки

Глиф (glyph) –определенные формы (контуры), которыми символы могут быть представлены или конкретное изображение знака наборного шрифта определенной гарнитуры и начертания. Одна и та же графема может иметь несколько глифов как ее материальных воплощений, которые могут отличаться как функционально, так и просто по форме.

В растровом шрифте каждый глиф — точечный (пиксельный) рисунок.

В контурном шрифте глиф — это совокупность команд рисования линий и кривых, а также указаний по их рисованию.

Таким образом, для этого формата впервые в цифровой типографике реализована неоднозначность соответствия символа и его контура, столь естественная на письме.

К сожалению, реализация многих возможностей OpenType для кириллицы - дело будущего, хотя в некоторых OTF-шрифтах уже есть возможность выбора разных начертаний одной и той же буквы.

Шрифты OpenType имеют высокую степень упаковки. Размер такого шрифта может быть на 30-60% меньше, чем аналогичного Type1.

Проблема шрифтовых файлов форматов OpenType и TrueType

Проблема шрифтовых файлов форматов OpenType и TrueType состоит в том, что, будучи просто пользователем шрифта трудно узнать, что у них внутри. Формат PostScript-шрифтов обычно содержит только стандартный комплект знаков со стандартными параметрами. А формат TrueType, и в еще большей степени формат OpenType, предлагает широкий набор дополнительных параметров, которые могут включаться, а могут и не включаться в каждый конкретный шрифтовой файл. Например, формат OpenType может содержать от 256 до 65 536 знаков. И не существует способа узнать об этом, если только параметры шрифта не отражены в каком-либо сопроводительном документе.

Таблицы кодировок

Шрифтовой файл (font) содержит полную информацию, необходимую для позиционирования и отображения всех знаков, которые он представляет.

Самой важной составной частью шрифтового файла являются собственно контуры знаков (векторный шрифт).

В целом совокупность знаков в шрифтовом файле называется комплектом знаков (character set). Для большинства обычных шрифтовых файлов комплекты знаков чаще всего стандартизированы. В них всегда имеется основной комплект знаков, хотя они могут содержать и дополнительные знаки, как, например, шрифтовые файлы в кодировке Unicode.

Кодировкой называют специальную таблицу символов, где каждой букве, цифре и знаку присвоен свой уникальный номер – код символа

Изначально номер символа определяется однобайтовой кодировкой, т.е. может существовать $2^8=256$ символов.

Из них 32 места занимают управляющие коды, затем, с 33 по 127 располагаются символы латинского алфавита, знаки препинания и цифры.

Во второй половине таблицы (128-255) по умолчанию располагаются дополнительные символы западноевропейских языков.

Контурные знаки в векторном шрифтовом файле не зависят от размера букв (кегля). В каждом шрифтовом файле содержится таблица ширин (width table), которая определяет горизонтальное расстояние, отводимое для каждого знака. Оно измеряется в долях кегельной (em). Компьютерная программа использует эти значения для расчета степени заполнения строк, суммируя ширины набираемых букв до тех пор, пока строка не будет заполнена полностью.

Процесс присвоения знакам числовых значений называется кодированием (encoding). До того, как Macintosh и Windows стали поддерживать стандарт Unicode, они использовали разные кодовые схемы (таблицы). Таблицы совпадали в основной части комплекта ASCII, но различались в знаках, имеющих коды после 128, так называемые знаки старших разрядов (high-bit). Результатом стало то, что документы, кодированные на одной компьютерной платформе, на другой очень часто отображались некорректно.

Двубайтовый способ описания, использующий $2^{16}=65536$ символов, некоторое время существовал в качестве идеи, затем был реализован фирмой Microsoft как стандарт, поддерживаемый программами Microsoft Office и некоторыми другими программами. А в операционной системе Windows NT двубайтовые коды генерируются непосредственно клавиатурой.

Момент перехода на этот стандарт, называемый Unicode, помнится многим как кошмар: новая версия WinWord вдруг стала рисовать квадратики на экране вместо русскоязычных текстов (бедный Word безуспешно пытался найти в старых шрифтах двубайтовые номера), а в других программах (не поддерживающих Unicode) текст, набранный в WinWord любимым Times New Roman, вдруг превращался из кириллического текста в бессмысленный набор символов с умлякутами и ксанфами. Со временем проблема почти исчезла, так как появились разнообразные конверторы для старых шрифтов, самый известный из них - ttfconv. Это бесплатная утилита очень небольшого размера.

Для конвертации необходимо перенести конвертируемые шрифты в отдельную директорию, поскольку операционная система «не позволит» изменять шрифты в папке Fonts. Далее выполняется команда ttfconv.exe *.ttf, затем шрифты надо перенести обратно в папку Fonts.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятиям «компьютерный шрифт». Типы компьютерных шрифтов Вам известны?
2. Опишите средства формирования изображений в компьютере.
3. Дайте определение понятиям «растр-ви (битные) компьютерные шрифты».
4. Опишите особенности и области применения растровых форматов компьютерных шрифтов.
5. Дайте определение понятия «Контурные компьютерные шрифты».
6. Дайте сравнительную характеристику шрифтовых форматов PostScript (Type 1) и TrueType.
7. Перечислите требования, предъявляемые при выборе шрифтов в соответствии с их назначением.
8. Опишите как контурные шрифты выводятся на принтер, экран или другое растровое выводное устройство.
9. Дайте определение шрифтового файла и опишите, как в нем хранится информация о символах.
10. Раскройте содержание термина «формат» по шрифтовому файлу. Опишите особенности шрифтового формата PostScript (Type1).
11. Опишите особенности шрифтового формата TrueType.
12. Опишите особенности шрифтового формата OpenType.
13. Опишите, как происходит процесс растеризации векторных шрифтов. Нарисуйте схему.
14. Для каких целей используется хинтинг при растеризации векторных шрифтов. Дайте определение. Нарисуйте схему.

15. Опишите особенности кодировки ASCII.
16. Опишите особенности кодировки Unicode.
17. Какие шрифтовые форматы используются в операционной системе Windows?

Литература: [[1](#)(91-137), [4](#)(8-17), [13](#)(123-161)]

Тема №2. Программа создания шрифтовых гарнитур

1. Интерфейс программы создания контурных шрифтов.
2. Инструменты и методы рисования.
3. Особенности создания контуров букв в программе.

Запускаем программу FontLab и создаем свою панель с именем Modes(Режимы) Вы можете самостоятельно изменять набор инструментов, перенося их с места на место при помощи мыши (нажав клавишу Shift на клавиатуре), или изменять их значение, нажав клавишу Ctrl и щелкнув левой кнопкой мыши на одной из кнопок
Создаем свою панель:

Двойной щелчок на пустом месте Строки Меню→Customize

на которой должны быть помещены пиктограммы 4 основных режимов работы



Edit mode(Правка) Главный режим перетягивания новых глифов, перемещает все в глифе



Sketch mode(Набросок) Для редактирования контуров в альтернативной среде, на глифе изменений не происходит, используются только выделенные точки кривой.



VectorPaint mode(Векторное рисование) Набор инструментов для создания новых глифов или изменения существующих, используя векторные изобразительные средства, которые имитируют растровые инструменты.



Meter mode(Метр) Для интерактивного измерения расстояний или углов контуров, .

1. Открываем новый файл (Ctrl+N). Появится окно шрифта Untitled(Без имени) с общим видом 256 литер.
2. Задание кодировок:
 - а) в окне кодировок команда “Name”, которая расположена или в основании(1) или наверху окна(2).


Вариант с настройкой внизу: выставляем → Unicode

б) в окне кодировок “Names mode” выставляем → Codepage

в) в окне кодировок “Default Encoding” выставляем → MS Windows 1251 Cyrilic

Вариант с настройкой вверху:

В окне кодировок команда Name(Имя), которая расположена наверху окна:

выставляем → Unicode, активизируем кнопку  Codepage(Кодовая страница) и выбираем из списка → MS Windows 1251 Cyrilic(Кириллица)

Находясь в окне шрифта, выберем File > Font Info(Информация о шрифте) из главного меню и откроем Names and Copyright(Основной набор Имен) нажатием на треугольную стрелку.

Введем название в поле Family Name(Гарнитура) (например, Свою Фамилию на английском языке).

Выберем значения Regular и Normal из списка в полях Weight(Начертание) и Width(Ширина).





Флажки не ставим в окошках italic(курсив) и bold(полужирный), если шрифт не будет жирным или курсивным.

Нажмем на кнопку Build Style Name(Формировать стиль имени) и на кнопку с зеленым бриллиантом Build Names(Формировать имена) для автоматического заполнения остальных полей.

Теперь откроем окно Metrics And Dimensions. Зададим 1000 в значении UPM шрифта. Сохраняем наш файл:

сохраним файл в своей папке точно с командой save as и введем имя шрифта (такое же как и у шрифтового файла) с расширением *.vfb (расширение программы fontlab).


Основные метрики шрифта в программе FontLab

1.  Гайд с серой меткой C (Caps height — рост заглавных).
2.  Гайд с желтой меткой X (x-height — рост строчных).
3.  Гайд с голубой меткой A (Ascender — высота верхнего выноса).
4.  Гайд с зеленой меткой D (размер нижнего выноса).

Задать основные Метрики в своем шрифтовом файле:


- Caps height (рост заглавных)=700 юнитов
- x-height (рост строчных)=400 юнитов
- Ascender(высота верхнего выноса)=600 юнитов
- Descender (размер нижнего выноса)= -200 юнитов

Выполнение:

1. Открыть свой шрифтовой файл, созданный в Лаб.раб.№1  или выбрать меню File → Open.
2. Выполните двойной щелчок по ячейке для глифа строчной латинской буквы «о», открывшееся окно с контурами глифа, это окно Edit(Редактировать). Здесь мы будем непосредственно создавать разметку и контуры глифа. Каждая ячейка этой таблицы, разделена на 2 части: верхняя область и небольшой рисунок символа (глиф).



Служебная область
Рисунок глифа

3. Находясь в окне шрифта, выберем File > Font Info(Информация о шрифте) из главного меню и откроем Key dimensions(Ключевые размеры) зададим вертикальные размеры шрифту.
4. Убедитесь, что на экране есть панель Editing Layers. Если ее нет, вызовем ее из меню Главное меню → Windows → Panels → Editing Layers
5. Для облегчения работы установим прилипания к сетке, направляющим и маске. В меню View(Вид) → Snap(Прилипания) выберем Layers → Grid, Guidelines и Mask.
6. Заходим в меню Tools → Options(F10), и видим новое открывшееся окно Fontlab Options с семью закладками, нас интересует закладка Glyph window(Окно глифа) → Dimensions(Размеры) для настройки шага сетки 10x10.
7. Отключим запреты на редактирование Outline (Контур) и Guidelines(Направляющих). Для этого, кнопкой  разворачиваем окно Editing Layers и снимаем флажки Outline, Guidelines.

8. Включаем Режим отражения узелков Ctrl+Shift+N , и Координаты узелков.


9. Далее, для упрощения работы с контурами Безье, советую зайти в меню View → Show layers и включить пункт: Control vectors или на панели Editing Layers Ctrl+Shift+W .

Создание Глифа «о»

1. Выберем слой Outline(Контур) на панели Editing Layers установим нужный масштаб 400%.


2. Нарисуем окружность радиусом 100 единиц и центром в нулевой точке инструментом *Ellipse*, удерживая клавишу *Shift+Alt* из центра. Это будет еще не сам Глиф, а только заготовка для его создания

3. Нарисуем вторую окружность радиусом 70 единиц с центром, совпадающим с центром первой окружности (инструментом *Ellipse*, удерживая клавишу *Shift+Alt* из центра). Для точности построения надо вытащить из горизонтальной линейки локальную направляющую и разместить на расстоянии 70 единиц от центра. В отличие от других программ в *FontLab* можно воспользоваться глобальными (для всех знаков шрифта) и локальными (для одного знака) направляющими. Они различаются также по цвету: синие – локальные, а красные – глобальные.

4. Работать можно с ними (передвигать, удалять) инструментом , перейдя в слой *Guides* в окне *Editing Layers* и сняв замок с *Guidelines*.

5. После рисования новый объект остается выделенным и подсвечивается красным.

6. Вытащим из линейки вертикальную направляющую на отметку 300 единиц - это будет ширина Глифа «о».

7. Выделим инструментом  прямоугольной областью параллельные секторы - четверти этих двух окружностей и подсвеченными красным окажутся только объекты или пути в пределах выделения.

8. Вырежем *Ctrl+X* и вставим *Ctrl+V* выделенную четверть и переместим ее в угол поля размера 300 x 400 единиц.

9. Повторим то же с остальными четвертями.

10. Мы только что создали четыре кривые для конструирования Глифа «о».

11. Теперь соединим концы кривых прямыми линиями с помощью инструмента *Add Corner*.


12. Укажем этим инструментом на одну из точек, которые требуется соединить.

13. Оказавшись *над или под конечной точкой кривой*, курсор превратится из • в +.

14. После щелчка по конечной точке курсор снова примет вид •.

15. Нажав кнопку мыши, перемещаем конец отрезка до «захвата» курсором противоположного конца кривой.

16. Повторим процедуру со всеми точками, нарисовав требуемые вертикальные и горизонтальные соединения, учитывая, что внутренний контур следует замкнуть первым.

17. Если в меню *View* → *Show Layers* → *Fill Outline* (Залить Контур) *Ctrl+Shift+P* выбран режим *Fill Outline*, фигура, ограниченная внутренним контуром, станет черной после его замыкания. На панели *Editing Layers* – это кнопка .

18. Соединим инструментом *Add Corner* все оставшиеся точки.

19. Буква должна стать черной, а «отверстие» в ней - белым. Если «отверстие» остается черным значит, направление одного из двух контуров нужно изменить на противоположное.

20. «Отверстия» в буквах появляются, если вырезать их из основной фигуры замкнутым контуром, причем направление движения по внутреннему контуру, образующего «отверстие», должно быть противоположным направлению пути, образующего внешний контур буквы.

21. Чтобы изменить направление пути, удерживая *Ctrl*, щелкнем по одному из узлов пути и выберем *Reverse Contour* из выпадающего меню.

22. или

23. Не закрывая окно *Glyph* для литеры о, откроем окно *Window > New Metrics Window*. В нем мы сможем задать значения для межзнаковых интервалов и кернинга. Щелкнув по букве, мы увидим вертикальные линии, ограничивающие ее.

24. Для точного позиционирования нажмем на кнопку *M* (*Metrics Mode*), чтобы активизировать режим *Метрик* на верхней панели окна.

25. Появятся значения текущей ширины, левого и правого межзнакового просвета. Зададим 20 во всех этих полях. Следует обратить внимание, что вертикальные линии изменили положение.

26. Глиф буквы «o» готов.

Создание Глифа «b»

1. Чтобы собрать b, скопируем o в окно Glyph для b. Копирование литер между окнами Glyph переносит только сами контуры. Также копировать литеры можно непосредственно в окне Шрифта.

2. На отметке 600 единиц у нас проходит  Ascender(высота верхнего выноса).

3. Инструментом Rectangle нарисуем рядом с глифом o вертикальный штрих шириной 30 и высотой 600 единиц.

4. Передвинем прямоугольник вдоль левого бока литеры o, включив трансформацию части контура Ctrl+9, Enter(подтверждает окончание трансформации).



5. Если пересечение фигур окажется белым, изменим направление контура штриха.

6. Откроем в окне Metrics литеру b и зададим число 20 в качестве значений левого и правого полуапроша(межзнакового просвета).

7. Глиф буквы «b» готов.

8. Скопируем глиф b в окне шрифта и вставим ее в ячейку для буквы q вместе с всеми значениями метрик. Флажок снять!

9. Откроем окно Glyph для q и взглянем на панель Transformation. Если ее нет, вызовем панель из меню Window > Transformation Panel.


10. Выделим все элементы и, нажав на пиктограмму Mirror на панели Transformation, выберем Center of Selection из выпадающего списка. Нажмем на пиктограмму  Mirror – то превратится в d, нажмем на пиктограмму  Mirror – то превратится в q.

11. Опустим на -200 единиц ниже базовой линии нижний выносной элемент, включив трансформацию части контура Ctrl+9, Enter(подтверждает окончание трансформации).

12. Сохраняем шрифтовой файл.

Создание Глифа «k»

1. Откроем Глиф k и зададим ее базовую ширину, проведя локальную вертикальную направляющую по отметке 300 и 30.

2. Проведем также одну локальную горизонтальную направляющую по отметке 200 (середина высоты строчных знаков)  Ascender(высота верхнего выноса) у нас 600 .

3. Выберем слой Mask.

4. Создадим вертикальный штрих шириной 30 и высотой 600 инструментом Rectangle.

Установим точку вращения:


1. Скопируем и вставим вертикальный штрих.

2. Передвинем его так, чтобы правый нижний угол находился на высоте 200 и на отметке 30 по горизонтали.

3. Для вращения объекта необходимо установить центр вращения - Reference Point. Для изменения центра вращения выберем другой слой, например Guides или Hint.

4. Установим центр вращения в правом нижнем углу нового штриха (30, 200) и вернемся к слою Mask.

5. С помощью инструмента Magic Wand (найти инструмент и добавить на свою панель) выберем штрих, который нужно вращать.


6. Выберем инструмент Rotation  в окне Transformation, введем значение -45° в поле Angle, выберем Reference Point из выпадающего списка, после чего нажмем на Apply. Штрих повернется на 45°.

7. Переместим по вертикали штрих до точки A, с координатами x=270, y=400 как на скрине


8. Скопируем и вставим повернутый штрих. Пока он остается выделенным и подсвеченным.

9. Выберем инструмент V Mirror  на панели Transformation и отзеркалим его.


10. Переместим по вертикали штрих до точки В, с координатами $x=0$, $y=300$ как на скрине, и форма литеры к в основном готова.

11. С помощью инструмента  выделим прямоугольной областью верхний отрезок штриха, потянем за него с клавишей Shift и сократим его до тех пор, пока правая сторона пересечет верхний штрих.

Урезаем концы:

1. Перейдем в режим Рисования  и включаем панель Paint(Рисования)(правая кнопка мыши на пустом месте окна).

2. Для большей точности можно увеличить масштаб Ctrl +, уменьшить Ctrl -.

3. Выбираем на панели Paint(Рисования) инструмент White Color  и, рисуя прямоугольники сверху и снизу, убираем ненужные части глифа.

4. Теперь вставим контур из слоя Mask(Маски) на слой Outline(Контур):

Tools→Mask→Paste Mask to Outline (Ctrl +L).

5. Откроем в окне Metrics литеру к и зададим число 20 в качестве значений левого и правого полуапроша(межзнакового просвета).

6. Глиф буквы «к» готов. Сохраняемся.

Создание Глифа «v»

1. Откроем окно Glyph буква v и выберем слой Mask.


2. Проведем одну вертикальную направляющую, отмечающую ширину литеры (300 единиц) и еще одну на 150 единиц - она будет центром симметрии литеры.


3. Инструментом Rectangle(Прямоугольник) изобразим вертикальный штрих в 30 единиц шириной и высотой, достаточной, чтобы пересечь линию строчных знаков по диагонали, - около 600 единиц.

4. Переместим штрих так, чтобы левый нижний угол стоял на базовой линии, на отметке 140, в 10 единицах от центральной направляющей.

5. Установим центр вращения в этом углу.


6. Выберем прямоугольник, инструмент Rotation на панели Transformation, затем точку центра вращения из всплывающего меню на панели Transformation. Введем значение 20°.


7. Инструментом  поставим правую точку штриха на базовую линию на отметку(170, 0)

8. Выберем инструмент H Mirror  на панели Transformation и отзеркалим штрих, но изменим центр отображения на слое Guides, поместив его точно на средней направляющей.


9. Теперь остается избавиться от лишних элементов. Скопируем весь контур v и вставим ее в слой Outline окна Glyph: Tools→Mask→Paste Mask to (Ctrl +L).

10. Объединим два штриха: Меню Contour →Transform Merge →Contours(Ctrl +F10)

11. Инструментом  передвинем нижние точки по базовой линии до прилипания к линиям Маски. Основание(нижний горизонтальный отрезок) глифа v имеет теперь длину 20 единиц.

12. Перейдем в режим Рисования  и включаем панель Paint(Рисования)(правая кнопка мыши на пустом месте окна).


13. Для большей точности можно увеличить масштаб Ctrl +.

14. Выбираем на панели Paint(Рисования) инструмент White Color  и, рисуя прямоугольник сверху, убираем ненужные части глифа.



15. Откроем в окне Metrics литеру v и зададим число 20 в качестве значений левого и правого полуапроша(межзнакового просвета). Глиф v шире, чем остальные - 350 единиц

16. Глиф буквы «v» готов. Сохраняемся.

Создание Глифа «a»

1. Чтобы составить a, копируем o в ячейку a.
2. Откроем окно Glyph и удалим Ctrl+X три вертикальных пути из четырех в букве o, начиная с левого.
3. Проведем горизонтальную направляющую по отметке 250 единиц. По ней пройдет центральный штрих.
4. Скопируем Ctrl+C верхний левый угол и идущий от него горизонтальный штрих и вставим Ctrl+V на уровне направляющей на отметке 250.
5. Чтобы получить «хвостик» литеры, следует скопировать нижний левый угол, вставить его и расположить справа от буквы снизу.
6. Наконец растянем средний горизонтальный штрих, переместив две его правые точки к внутренней границе правого вертикального штриха.
7. Замкнем все пути контуров инструментом Add Corner .
8. Чтобы изменить направление пути, щелкнем правой кнопкой мыши по одному из узлов пути и выберем Reverse Contour из выпадающего меню.
9. Передвинем «хвостик» вверх правого штриха. Если пересечение фигур окажется белым, изменим направление контура штриха (Reverse Contour).
10. Объединим все контуры Ctrl+F10.
11. В окне Metrics зададим 5 в качестве значения правого полуапроша(межзнакового просвета), левого – 20.

Контрольные вопросы:

1. Укажите предназначение инструмента программы создания шрифтов FontLab 5 .
2. Укажите предназначение сочетания клавиш Ctrl+F10 в программе FontLab 5 ?
3. Для какого шрифтового формата используются такие кривые второго порядка?
4. Что такое глиф растрового шрифта?
5. Что такое контрастность шрифта?
6. Что обозначает направляющая вертикальных метрик с желтой меткой X окна Глиф в программе FontLab 5?
7. Что такое насыщенность шрифта?
8. Укажите предназначение сочетания клавиш Ctrl+9 в программе FontLab 5 ?
9. Укажите предназначение инструмента программы создания шрифтов FontLab 5 .
10. Что такое Глиф?
11. Как называется межплатформенный стандарт кодирования шрифтовых файлов, который использовал до 65 000 кодов?
12. Какого цвета направляющая вертикальных метрик обозначает размер нижнего выноса у глифов окна Глиф в программе FontLab 5?

Литература: [[1](#)(184-201), [2](#)(113-175), [4](#)(8-17), [11](#)(9-22)]

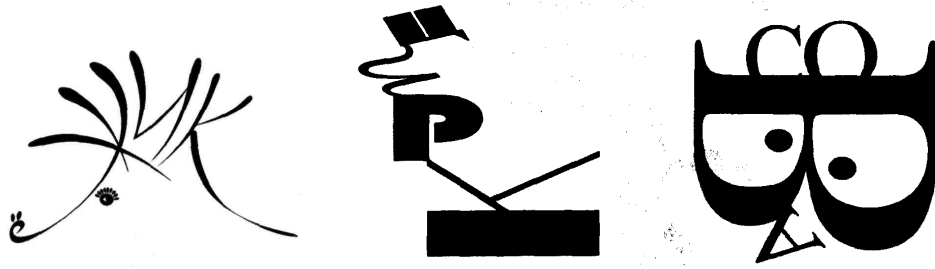
Тема №3. Изобразительные средства создания шрифтовой композиции

1. Связь рисунка букв с содержанием текста «слово-образ»
2. Форма-контрформа.
3. Точка, линия, плоскость в шрифтовой композиции.

Слово-образ

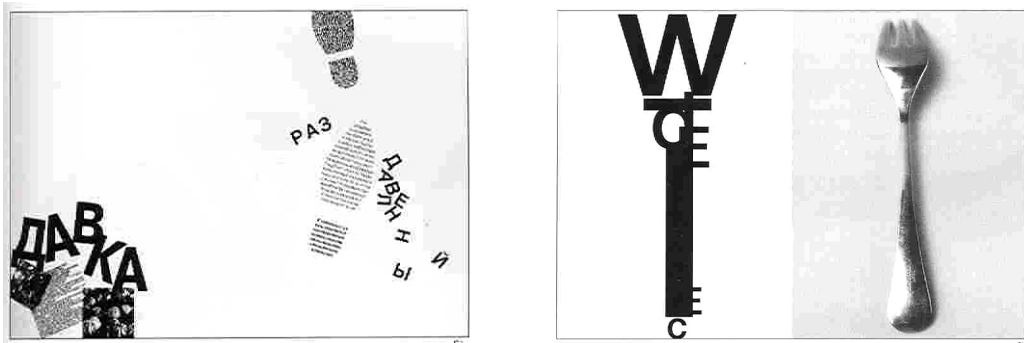
Слово-образ - облечение слова в зримую форму. Отношения функции к форме разнообразны: они могут быть гипертрофированны, безразличны к сути слова, удобочитаемы за счет формы. Целостность слова-образа -тактичное сопоставление противоположностей. В слове

важны и функция и форма. Иноязычные, непонятные шрифты, слова прежде всего обращают внимание на свою форму.



Форма текста

Когда текст или его форма работают как иллюстрация, получается легко и забавно. Это превращает обычный текст в графические конфигурации, которые передают читателю информацию с помощью эмоций, а также снимают слишком формальный вид обычного набора. При этом ни ясность, ни информативность не страдают.



Форма соответствует содержанию

Существует огромное количество техник, которые позволяют использовать тексты в качестве иллюстраций, и наоборот, причем не только для изображения простых объектов. Некоторые глаголы, обозначающие движение, могут работать как иллюстрации, особенно если использовать типографику для отражения смысла (например, «прыгай», где буква «ы» поднята над базовой линией).

Текст можно менять как угодно, создавая мириады значений: повтор слов, наложение букв, разбивка их на части, размытие или огрубление букв, обводка или тень, выравнивание шрифта вдоль кривой, регулировка начертания, формы и цвета - возможности практически бесконечны.

Но чтобы достигнуть успеха, нужно в изменениях положения и формы текста основываться на его смысловом значении. И стараться избегать клише.

blur spin
zoom outline

Более яркий подход предлагает создавать из текста формы тех объектов, которые ассоциируются со значением определенного слова, таким образом текст, дизайн и изображение сливаются воедино, непосредственно и красиво выражая содержание. Такая техника, привлекающая внимание зрителя, требует изобретательности и чувства юмора.



Декоративная природа художественно отформатированного текста превращает чтение в разглядывание. В рекламе эта техника используется следующим образом: слоганам придают декоративную форму, которая оказывает на зрителя визуальное воздействие, несет смысл. Похожим образом создаются и логотипы. Текстам можно придать форму туфель, стакана для вина, бутылки, голов, тел, животных, птиц, рыб, деревьев или даже городских силуэтов. Обычно форма, в которую отливают текст, зависит от содержания.

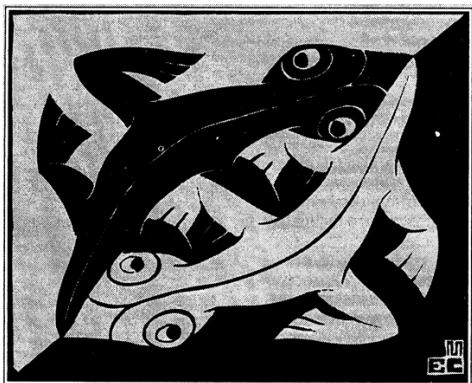
Форма-контрформа

Современная типографика оценивает незапечатанную плоскость как элемент художественного решения. Типографу должно быть понятно значение белого как художественного средства, должны быть понятны оптические вариации белого. Оттиск предмета порождает его противоположность — антипод, и они вместе обуславливают целое. Незапечатанное не безликая пустота, но элемент оттиска.

В типографике под формой понимают все запечатываемые участки листа.

Контрформа — это, все пробельные участки листа (внутрибуквенные просветы, межстрочные и межбуквенные пробелы и т.д.).

Для понимания значения роли формы и контрформы рассмотрите графические работы художников, где незапечатанным участкам придается значение равноправное с запечатанными:

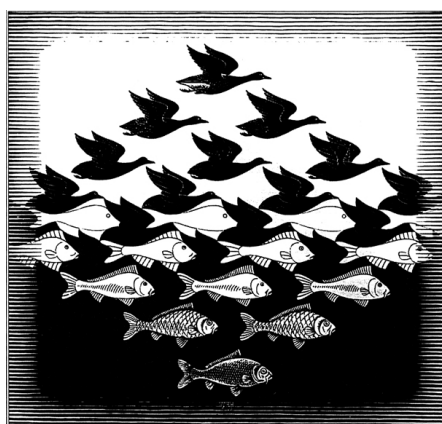
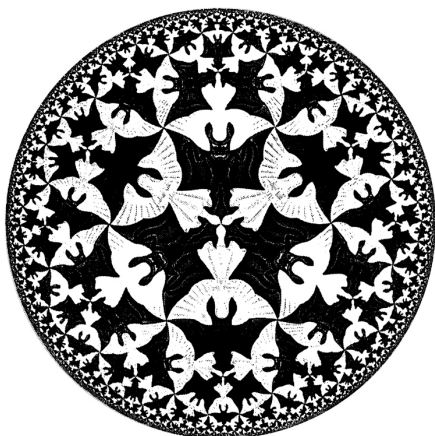


В рисунке М. Эшера «Заполнение плоскости рептилиями» форма и контрформа имеют равноправное значение.



В эскизе М. Эшера «Заполненная плоскость 2» белые незапечатанные пространства не только ограничивают черные запечатанные объекты, но и являются самостоятельными фигурами (антиподами)

Примеры взаимодействия формы и контрформы в графических произведениях:



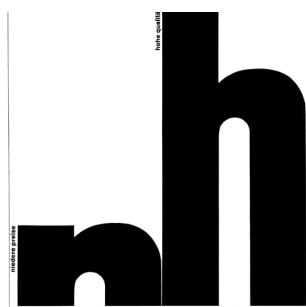
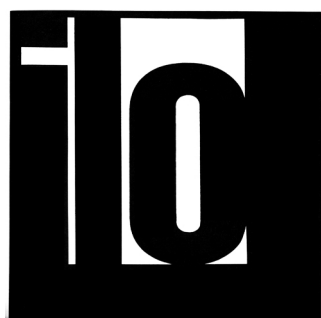
1. Равная значимость запечатанного и незапечатанного. Черная мышь и белая дева: форма и контрформа в рисунке М. Эшера «Предел круга IV» представляют полярные смысловые манифестации, как-бы иллюстрируя изречение: «Природа не терпит пустоты».

2. Переход из формы в контрформу. Вода и воздух на этой работе Эшера даны в неразрывной взаимосвязи.

3. Дополнительное выделение контрформы. Контрформа в виде хрупкой женской фигуры в рисунке А.Закорецкого «Волынка» выступает в роли дополнительного смыслового акцента.

В типографике и в шрифте, как и в графике, понятия формы и контрформы, запечатанного и незапечатанного (пробельного) имеют важную роль. Доля и мера пробелов должны быть заложены в общем замысле издания; при этом в обращении с ними следует избегать расточительства, дабы не снижать эффекта белизны.

В современной типографике белое — не пассивный фон для печатных знаков; белое и печатные знаки равноправно взаимодействуют в данной плоскости. Пространство, заключенное между типографическими знаками,— как бы силовое поле, линии которого обтекают печатные элементы.



1. Участки белого разного размера, различной степени яркости, образованные сопоставлением трех букв. Промежутки между литерами узки и оттого очень ярки, белое внутри «о» несколько мягче, тогда как белое, расположенное над «о»,— самое слабое. Образуются вариации белого, на которые влияют черные плоскости разных размеров.

2. Тесная расстановка букв активизирует внутрибуквенные просветы; белизна апрошей не спорит с пробелами в буквах. Просветы в рисунке литер доминируют над всеми иными формами. Незапечатанные контрформы

преобладают над печатными.

3. Незапечатанные формы букв сами становятся контрформой, заключенной между запечатанными внутрибуквенными элементами литер. Белая плоскость листа, являясь контрформой, окружает форму и органично перетекает в белые участки букв.



Внутрибуквенный пробел участвует в построении знака, и художник шрифта, рисуя, должен всечасно соразмерять форму и контрформу. Набор букв образует игру внутри- и междубуквенных просветов. Плотный набор усиливает белое и одновременно акцентирует просветы внутри знаков.

Можно установить такую разрядку в наборе букв, чтобы внутри- и междубуквенные пробелы оказались в гармоническом согласии. Разрядка служит типографу средством усиления или ослабления эффекта внутрибуквенных форм.

Читаемость набора может быть понижена чрезмерной разбивкой в строках, выделяющей белые полосы междустрочий, что привлекает внимание к этой контрформе в ущерб самой форме, серой строке букв, проигрывающей в удобстве чтения. В хорошо набранной полосе поверхности запечатанных участков и пробелов находятся в равновесии, так что оба начала— набора и линейное — строк—приходят в согласие.

Точка, линия, плоскость в шрифтовой композиции

ТОЧКА. Простейшим элементарным композиционным средством-материалом является точка, в типографике – буква.

Движение точки по траектории с интервалом метрическим или ритмическим оптически образует линию (пунктирную, штрих-пунктирную, штриховую). Набор букв образует слово, а набор слов – предложение или строчку текста.

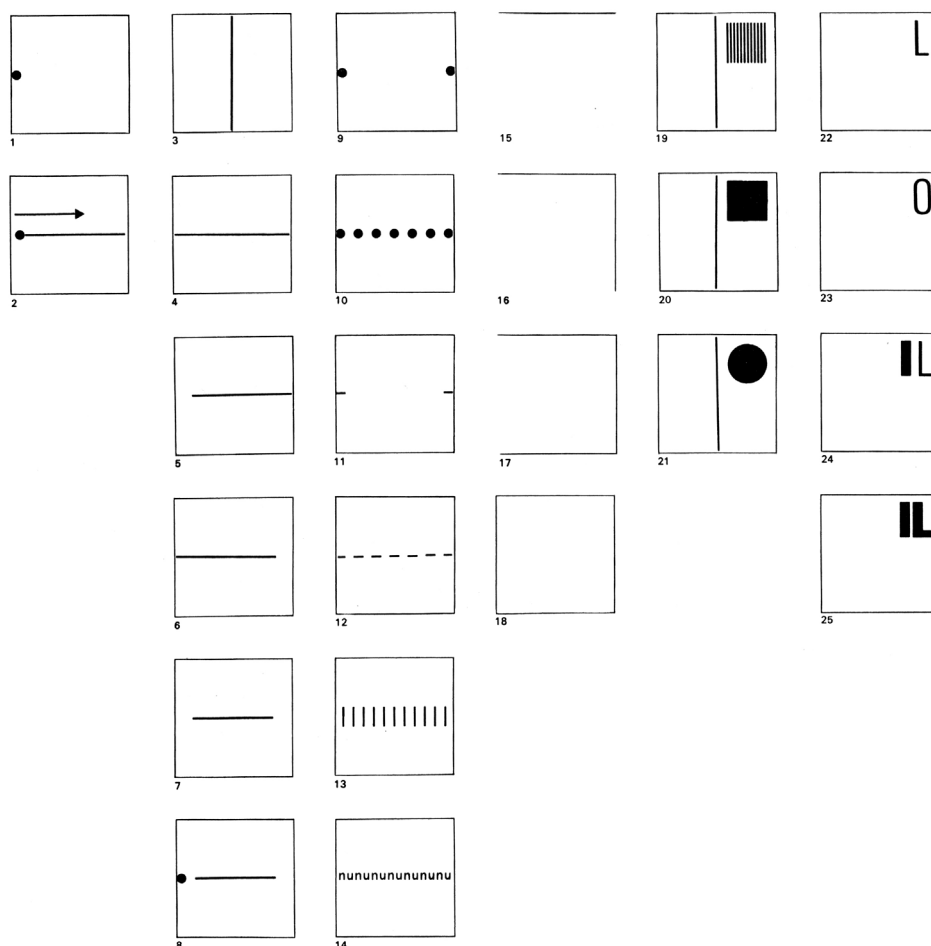
ЛИНИЯ - (лат. linea) - общая часть двух смежных областей поверхности.

Движущаяся точка описывает при своем движении некоторую линию. Линия своим движением по определенной траектории создает поверхность. В типографике – набор строчек создают блок текста, который воспринимается как плоскость.

ПЛОСКОСТЬ. Плоскость может быть фронтальной, принадлежать объему и находиться в пространстве, обладая геометрически минимальной толщиной. Характеризуется поверхностью: во фронтальной и объемной композициях - одной, в пространстве - двумя.

ПЯТНО выделенная часть плоскости (в пространстве - облако), характеризующаяся формой, цветом, фактурой. Пятно на плоскости может передавать иллюзию объема. Штриховка и шрафпировка образуют штриховое (фактурное) пятно. Считается, что фон - это тоже пятно.

Характеристики пятна: фон, силуэт («светлое на темном», «темное на светлом»), контур (абрис); форма регулярная - нерегулярная, местоположение на фоне, величина, пропорции, цвет, светлотные градации и отношения, фактура.



1 Неподвижная точка.

2 Точка начинает движение, образуется линия.

3 Вертикальная типографская линейка напряжена, ее напряжение строится в направлении силы тяжести.

4 Горизонтальная линейка не выигрывает от силы тяжести, она зависима от энергии, с какой ее тянет влево или вправо. При снятии напряжения она готова свернуться до состояния покоя.

5 У этой горизонтальной линии заметно начало; она идет слева направо, то есть имеет направление движения.

6 Два варианта: линия начинается где-то слева и кончается направо в данной точке; или: линия начинается справа и движется влево, против направления чтения.

7 Неопределенная линия, обозримая от начала до конца. Она лишена движения и может быть обращена как вправо, так и влево.

8 Неопределенная линия с точкой слева. Линия следует зову слева и движется влево.

Воображаемая линия:

9 Силовая линия, возникающая между двумя точками, ломает плоскость. Образуется мнимая, оптическая линия.

10 Воображаемая линия, построенная серией точек.

11 Воображаемая линия между двумя отрезками.

12 Воображаемая линия, построенная серией отрезков.

13 Серия вертикальных отрезков образует широкую полосу.

14 Строка из букв образует оптическую линию. Воображаемый линейный эффект соединяет отдельные знаки.

От линии к плоскости:

15 Чистый линейный эффект.

16 Две линии, соединенные под прямым углом, образуют слабый плоскостной эффект.

- 17 Усиленный плоскостной эффект, созданный тремя линиями.
 18 Замкнутая форма. Плоскостной эффект первичен, линейный — вторичен.

Линия и плоскость в контрасте:

- 19 Противопоставление линии и отрезков, образующих плоскость.
 20 Противопоставление линии и чистой плоскости усиливает оба элемента.
 21 Прямая линия и плоский круг образуют не только контраст линии с плоскостью, но и контраст форм.

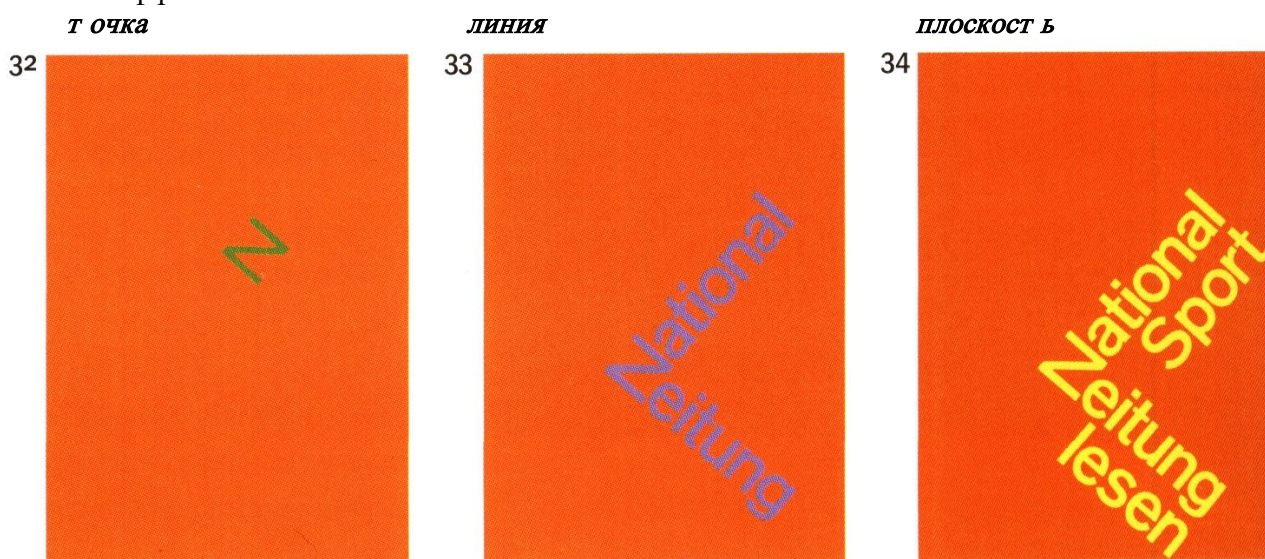
Линейное и плоскостное начала в шрифте:

22 Почти чистый линейный эффект в букве «L». Слабое плоскостное начало в правом углу.

23 Замкнутая форма буквы: прежде всего плоскостной эффект, лишь во вторую очередь — линейный.

24 Плоскость и линия в жирном и светлом шрифте. Смещения обеих систем следует избегать, а также — ни в коем случае! — жирный с полужирным.

25 Плоскость и линия в двух жирных литерках. Белый просвет между буквами создает линейный эффект.



31–34 Карл Герстнер. Серия рекламных плакатов для газеты «National Zeitung», ФРГ, 1960

Примеры использования различных сочетаний разных размеров и рисунков шрифта, взаимного перекрывания букв при печати, изменения интерлиньяжа, кегля и начертания для создания плоскостей различной текстуры

Контрольные вопросы:

1. Что называют формой в типографике?
2. Дайте определение понятию контрформы в типографике?
3. Роль внутрибуквенного пробела в построении знака?
4. Раскройте взаимосвязь межбуквенных и межстрочных пробелов и удобочитаемости набора?

Литература: [2(181-264), 4(104-136), 7(57-85), 16(58-74)]

Тема №4. Компьютерные эффекты при работе со шрифтами

1. Средства для создания эффектов в растровой программе.
2. Средства для создания эффектов в векторной программе.
3. Эффекты металлического текста.
4. Эффекты стеклянного текста.

5. Эффекты ледяного текста.
6. Эффекты пластикового текста.

Чаще всего от типографии требуется только одно — предоставить информацию четко и недорого; однако от самого текста может потребоваться некоторая уникальность, которая позволит намного лучше воспринимать и запоминать те или иные сведения.

Применение эффектов слоя

К тексту можно применить следующие специальные эффекты:

Drop Shadow (Отбросить тень),
Inner Shadow (Внутренняя тень),
Outer Glow (Внешнее свечение),
Inner Glow (Внутреннее свечение),
Bevel and Emboss (Скос и рельеф),
Satin (Атлас),
Color Overlay (Наложение цвета),
Gradient Overlay (Наложение градиента),
Pattern Overlay (Наложение узора) и
Stroke (Кайма).

Эффект(ы) слоя могут быть применены к любому слою, даже к редактируемому текстовому слою, и в любой момент их можно включить/выключить. Эффект слоя автоматически влияет на все непрозрачные точки слоя и обновляется при добавлении, изменении или удалении пикселей со слоя.

Эффекты применяются и редактируются с помощью диалогового окна Layer Style (Стиль слоя) или всплывающего меню Add layer style (Добавить стиль слоя), содержащего названия эффектов. Галочка рядом с элементом меню означает, что данный эффект уже применен к текущему слою. На палитре Layers (Слои) эффекты отображаются в виде списка под элементом слоя, к которому они применены. Эффекты связываются с главным слоем, к которому они были применены, и перемещаются вместе с ним. Эффекты слоя нельзя применить к фону изображения.

Прежде чем пойдет речь об отдельных эффектах, сообщим основную информацию, которую необходимо знать пользователю:

для того чтобы применить эффект слоя, дважды щелкните по имени слоя. В диалоговом окне Layer Style (Стиль слоя) щелкните по имени какого-либо эффекта (не ограничивайтесь только флажком!) и выберите параметры эффекта.

К одному слою можно применить несколько эффектов. Поставьте флажок Preview (Предварительный просмотр), чтобы предварительно просмотреть результат в окне изображения. Также к слою можно применить эффект, выбрав слой, а затем элемент из всплывающего меню Add layer style (Добавить стиль слоя), которое вызывается нажатием кнопки, расположенной внизу палитры Layers (Слои);

на палитре Layers (Слои) каждый слой, к которому был применен эффект, снабжен особой пиктограммой цу. Щелкните по стрелке рядом с этим значком, чтобы увидеть список эффектов, примененных к данному слою. У каждого эффекта есть собственная пиктограмма в виде глаза, используемая для отображения/скрытия эффекта;

для редактирования существующего эффекта слоя (или для добавления еще одного) или по имени эффекта в списке, расположенном под именем слоя; можно также выбрать эффект из всплывающего меню Add layer style (Добавить стиль слоя), расположенной внизу палитры Layers (Слои);

Копирование эффекта из одного слоя в другой

Выберите какой-либо слой, содержащий эффект(ы), воспользуйтесь командой Layer > Layer Style > Copy Layer Style (Слой > Стиль слоя > Копировать стиль слоя), выберите другой слой, а затем выполните команду Layer > Layer Style > Paste Layer Style (Слой > Стиль слоя > Вставить стиль слоя).

Можно также открыть список эффектов слоя и перетащить имя отдельного эффекта на имя другого слоя или на панель Effects (Эффекты) другого слоя.

Для копирования нескольких эффектов из одного слоя в другой откройте список эффектов слоя и перетащите панель Effects на другое имя слоя или панель Effects другого слоя. Дубликат эффекта заменит существующий эффект в целевом слое.

- Для того чтобы скрыть эффект слоя, разверните список примененных к данному слою эффектов, затем щелкните по значку в виде глаза. (Щелкните по нему еще раз, чтобы снова отобразить эффект.)

- Для того чтобы временно скрыть все эффекты для всех слоев и увеличить быстродействие программы, выберите команду Layer > Layer Style > Hide All Effects (Слой > Стилль слоя > Спрятать все эффекты). Выберите из того же меню команду Show All Effects (Показать все эффекты), чтобы снова отобразить их;

- Для удаления отдельного эффекта слоя дважды щелкните по имени слоя или имени отдельного эффекта на палитре Layers (Слои), затем снимите флажок рядом с именем эффекта. Или перетащите имя отдельного эффекта на кнопку Delete Layer (Удалить слой) в виде корзины, расположенную внизу палитры Layers (Слои).

Примечание

Если снова поставить флажок рядом с названием эффекта, с которого флажок был снят или который был удален, он будет отображен с учетом значений параметров, установленных последними.

Примечание

Для очистки всех эффектов текущего активного слоя выберите команду Layer Style > Clear Layer Style (Стилль слоя > Очистить стилль слоя).

Примечание

Нажав клавишу Alt, щелкните по кнопке Reset (Восстановить), чтобы восстановить те значения параметров диалогового окна Layer Style (Стилль слоя), которые действовали до его открытия.

Слоевые эффекты

Drop Shadow (Внешняя тень)

Эффект, позволяющий создавать внешнюю тень. Один из самых полезных эффектов, сделавший множество дополнительных модулей Photoshop абсолютно ненужными. Единственный крупный недостаток — невозможность создания перспективной тени. Окно настройки этого эффекта показано на рис. 1.92.

- Blend Mode (Режим наложения). Режим наложения пикселей. В данном случае применен режим Multiply (Умножение) из_за свойств тени: при наложении теней более темный изначально пиксел должен остаться более темным по отношению к остальным.

- Color (Цвет). Цвет тени. Она совсем не обязательно должна быть черной. Чтобы добиться интересных эффектов, попробуйте и другие цвета.

- Opacity (Непрозрачность). Непрозрачность тени.

- Angle (Угол). Угол падения света. Определяет, в каком направлении должна падать тень.

- Use Global Light (Использовать общий свет). Использовать единое для всех эффектов направление света. Удобно, если в вашей работе на множестве объектов применено много разных стилей. И если, например, тени будут падать в разные стороны, то возникнет ощущение неестественности изображения. Применение общего источника света позволяет избежать этого.

- Distance (Расстояние). Расстояние, на которое следует выносить тень от объекта.

- Spread (Разброс). Степень размытости тени по краям.

- Size (Размер). Размер тени.

- Contour (Контур). Контур применения эффекта. Позволяет полностью изменить внешний вид тени.
- Anti-aliased (Сглаживание). Сглаживание неровностей.
- Noise (Шум). Добавить в тень шум.

С помощью этих настроек можно не только передать любые естественные тени, но и создать более интересные эффекты (рис. 1.93).



Рис. 1.93. Результат применения эффекта Drop Shadow (Внешняя тень)
Inner Shadow (Внутренняя тень)

Создает внутреннюю тень. Чаще всего используется для придания объема объектам, особенно буквам. Так как параметры данного инструмента полностью совпадают с параметрами Drop Shadow (Внешняя тень), не станем повторяться. На рис. 1.94 показан результат применения этого эффекта.



Рис. 1.94. Текст с эффектом Inner Shadow (Внутренняя тень)
Outer Glow (Внешнее свечение)

Эффект, создающий ореол вокруг объекта. Особенно удобно то, что в качестве ореола можно использовать любой градиент. Окно настроек этого эффекта показано на рис. 1.95.

Рассмотрим настройки, характерные только для данного эффекта.

- Technique (Техника). Определяет внешний вид свечения.
- Range (Диапазон). Определяет ширину свечения.
- Jitter (Колебание). Шум, переходящий в фон. С увеличением этого параметра увеличивается зернистость и рассеянность свечения.



Рис. 1.96. Результат применения эффекта Outer Glow (Внешнее свечение)
Inner Glow (Внутреннее свечение)

Применяется для имитации объема шрифта. Настройки аналогичны эффекту Outer Glow (Внешнее свечение). На рис. 1.97 показан текст с применением внутреннего свечения.



Рис. 1.97. Текст с эффектом Inner Glow (Внутреннее свечение)

Bevel and Emboss (Скос и рельеф)

Позволяет имитировать объем. Количество вариаций не поддается описанию. Можно сказать, что это самый совершенный инструмент реализации псевдообъема в Photoshop.

Уникальные для этого инструмента настройки следующие.

- **Style (Стиль).** С помощью этого параметра определяется тип будущего объема. Он может идти как внутрь, так и наружу объекта, создаваться методом выдавливания и т. д.

- **Technique (Техника).** Очень важная настройка. Здесь вы указываете, каким должен быть псевдообъем: обтекаемым, с плавными границами или, наоборот, с ярко выраженными гранями.

- **Depth (Глубина).** Выраженная в процентах рельефность объема.

- **Direction (Направление).** Если установлено значение Up (Вверх), то объект возвышается над поверхностью, если Down (Вниз) — углубляется в нее.

- **Size (Размер).** Определяется геометрический размер псевдообъема.

Также вы можете определить режим и цвет тени (**Shadow Mode**) и световой составляющей объема (**Highlight Mode**).

Кроме того, есть возможность использовать контуры (**Contour**) и текстуры (**Texture**) для изменения вида эффекта. Для этого достаточно дважды щелкнуть мышью на соответствующем элементе списка в левой части окна.

Контур — это ограничивающая линия по краю объема. Иногда она бывает необходима для подчеркивания объема. Все настройки аналогичны рассмотренным выше, поэтому повторно описывать их не будем.

Гораздо более интересные возможности дают текстуры. Можно без труда добавить в объем любой образец текстуры и получить потрясающий результат. Напомним, что образец текстуры вы можете определить сами или использовать уже имеющиеся. **Pattern (Образец).** Используемая текстура.

- **Scale (Масштаб).** Величина элементов текстуры, в данном случае пузырьков. Изменяет образец пропорционально.

- **Depth (Глубина).** Выраженность текстуры на поверхности.

Используя описанные выше настройки, можно добиться огромного количества эффектов. Некоторые варианты показаны на рис. 1.100.



Рис. 1.100. Результаты применения эффекта **Bevel and Emboss (Скос и рельеф)** **Satin (Атлас)**

Интересный эффект, который в самом примитивном варианте действительно напоминает складки атласной ткани. Но настройки позволяют значительно расширить область применения. Одним словом, смотрите рис. 1.101.



Рис. 1.101. Пример использования эффекта **Satin (Атлас)** **Color Overlay (Наложение цвета)**, **Gradient Overlay (Наложение градиента)** и **Pattern Overlay (Наложение образца)**

Эти три эффекта очень похожи. По сути, это заливка объекта цветом, градиентом и текстурой соответственно. Они очень просты в применении, и в настройках вы не найдете ничего нового, поэтому описывать мы их не будем.

Stroke (Обвести)

Обводит объект своеобразным ореолом. Можно было бы назвать его линией, но так как его размеры могут многократно превышать размеры исходного объекта, то такое сравнение неверно.

- Position (Положение). Определяет, как рисовать контур.
 - Outside (Снаружи). Линия проходит по внешнему периметру.
 - Inside (Внутри). Линия вычерчивания проводится по внутреннему краю изображения.
 - Center (Центр). Линия захватывает внешние и внутренние части границы.
- Fill Type (Тип заливки). Есть три варианта заливки: Color (Цвет), Gradient (Градиент) и Pattern (Образец).

Copy Layer Style (Копировать стиль слоя)

Команда Layer_Layer Style_Copy Layer Style (Слой_Стиль слоя_Копировать стиль слоя) применяется в том случае, если вы хотите перенести настройки одного слоя на другой. Для этого нужно на исходном слое применить данную команду, а на другом — команду Paste Layer Style (Вставить стиль слоя) из этого же меню.

Clear Layer Style (Очистить стиль слоя)

Применяется, чтобы удалить с данного слоя все эффекты.

Global Light (Общий свет)

С помощью этого пункта меню задается направление света для всех слоевых эффектов, для которых установлен параметр Use Global Light (Использовать общий свет).

Create Layer (Создать слой)

Очень полезная команда, позволяющая вынести эффекты на отдельный слой. Таким образом можно получить множество оригинальных изображений. Рекомендуем поэкспериментировать.

Hide All Effects (Скрыть все эффекты)

Применяется в том случае, если вы временно не хотите видеть эффекты (например, необходимо доработать исходный объект), но удалять их не нужно. После использования этой команды вы не будете видеть эффекты, до тех пор пока не используете обратную команду — Show All Effects (Показать все эффекты).

Scale Effects (Масштаб эффектов)

Команда, позволяющая изменять пропорции всех эффектов.

Контрольные вопросы:

1. Как создать в Photoshop эффект металлического текста?
2. Как создать в Photoshop эффект стеклянного текста?
3. Как создать в Photoshop эффект ледяного текста?
4. Как создать в Photoshop эффект пластикового текста?

Литература: [6(46-100), 14(174-266), 15(17-70)]

Тема №5. Шрифтовой плакат

1. История возникновения и развития дизайна плаката.
2. Специфика современного плаката

Сегодня плакат - известный всем печатный оттиск прямоугольной формы - обычный элемент городского ландшафта. На рекламных стендах и афишных тумбах плакаты быстро сменяют друг друга, и поэтому кажется, что жизнь тиражируемого листа недолговечно: то он заклеивается новым, более актуальным по содержанию, то срывается за ненадобностью.

Имена авторов плакатов тоже не всегда заметны и неизвестны широкому зрителю, набранные мелким шрифтом, размещенные в нижней части листа. Можно только удивляться настойчивости и таланта художников, которые пытаются оказать плаката полноценную

жизнь высокохудожественного произведения и публицистичность эффективного средства информации.

ЦС особый вид графического искусства, общение с которым не зависит от пропускной способности выставочного зала. Его зрителями становятся люди, даже равнодушные к культурно-художественной жизни. На улицах, у кинотеатров и спортивных комплексов, в помещениях офисов, учебных заведений и медицинских учреждений, в наземном транспорте и вагонах метрополитена - отовсюду плакат обращается к нам, привлекает к себе внимание.

Плакат не только становится экспонатом современных художественных выставок и объектом изучения искусствоведов, он входит даже в наши квартиры. И эта способность оперативно реагировать на злободневные явления, которые требуют активного общественного вмешательства, придает этому средства визуальной коммуникации особой действенности.



113\ Евген Морозовский, Олександр Пекомцев, Олег Стайков. Одеса

Современный плакат прочно удерживает завоеванные позиции в мире как в художественной, так и в информационно-коммуникативной сфере. К нему относятся с уважением, его ценят, им восхищаются, его собирают, без него сегодня невозможно представить себе культурно-художественные акции, коммерческую рекламу товаров и услуг, представительскую рекламу промышленных аграрных, торговых, туристических фирм и научных и образовательных учреждений.

Для плакатов нет границ, их периодически оценивают на международных конкурсах, проходящих в Харькове, Москве, Лахти (Финляндия), Варшаве (Польша), Брно (Словакия), Тоюме (Япония), ИИИомпи и мопс (Франция), Рио-де-Жанейро (Бразилия), Колорадо (сена). О системном и основательную сотрудничество мировой

сообщества плакатистов говорит тот факт, что только в Варшаве с 1966-го по 2003-й год было проведено 17 биеннале плаката.

Проникая в различные сферы жизни, плакат значительно расширяет свою тематику. Традиционный в прошлом деление на политический и рекламный плакаты сегодня уже не отражает многообразия творческих достижений художников.

Личный характер осмысления темы стимулирует необходимость поиска новых форм плакатного искусства, способствующие самовыражения индивидуальности и реализации авторской творческой концепции и не зависели бы от влияния заказчика и издателя.

Основные тенденции развития авторского плаката

На художественных выставках рядом с рекламным печатным плакатом появляются оригиналы авторских плакатов. Нетиражовани плакаты в современном изобразительном искусстве как проявление графической раскованности, тематической независимости и

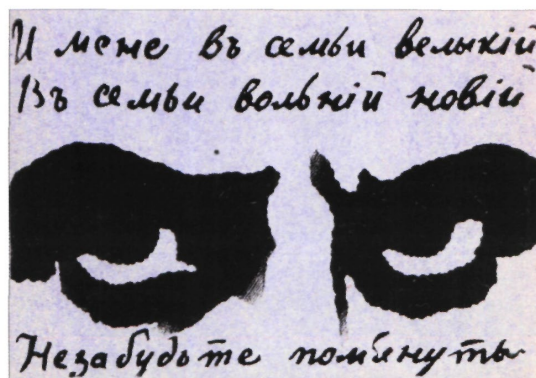
творческой свободы концептуально приблизились к станковым произведениям живописи и графики, начали направление интеллектуального осмысления и философского мировосприятия действительности.

Привлекательность авторского плаката заключается и именно в выставочной среде, в той особой психологической атмосфере, которая возникает при экспонировании работ, где впечатление зрителя формируется не одной работой, а многими произведениями, где аудитория обладает не желанием оценить определенный плакат, а ощущением причастности к свободе самовыражения творческих индивидуальностей.

Еще одно обстоятельство, с которой нельзя не считаться, - это неприятие нашим зрителем того официоза, который был характерен для массового тиражируемого политического плаката советских времен. То есть, если плакат напечатан, значит, в нем нивелирован цензурой авторский голос. Когда же на выставке представляется оригинал плаката, то всегда найдутся настоящие знатоки искусства, способные осмыслить и оценить художественную идею авторской концепции. В этом и сила авторского плаката, и его ограниченность, ведь зрительская аудитория напечатанного плаката на несколько порядков больше.

С другой точки зрения, авторский плакат - это явление сугубо отечественное, и основную причину его возникновения следует искать, видимо, не столько в стремлении автора к самовыражению, сколько в его финансовой несостоятельности напечатать свою работу при отсутствии реального заказчика. Итак, главное препятствие на пути интеллектуального плаката к своему зрителю - коммерческая невыгодность и нецелесообразность подобного проекта для издателей, которые работают в условиях рынка.

В основу современного авторского плаката положены философские размышления художников о вечных ценностях жизни. Среди наиболее популярных тематических направлений главное место занимает экологический плакат, главной целью которого является сохранение тонкой и уязвимой равновесия в природе. Диапазон его достаточно широк: от утверждения красоты как неотъемлемого свойства всего сущего на Земле к необходимости сохранения от девальвации морально-этических и духовных ценностей человечества.



114\



115\

Володимир Шевченко. Триптих (фрагмент), 1989 р. 115\ Віталій Куликов. Ното Зарієв XX-XXI, 1990 р.

Современное понятие экологии имеет достаточно широкое толкование и аккумулирует такие составляющие, как экология культуры и экология человеческих отношений, что в свою очередь выводит экологический плакат за рамки охраны окружающей среды. Философское осмысление сущности человека, его места и роли в экосистеме планеты, разрушительных последствий жизнедеятельности и демографических проблем современности ставят экологический плакат в ряд самых актуальных и действенных форм искусства. Гуманизм экологического плаката способен объединить страны и народы, культуры в борьбе с деструктивными силами современного общества.

Глобальные проблемы, связанные с деятельностью человека в сфере разработки и накопления ядерного, химического и бактериологического оружия, побудили художников к антивоенной тематике. Продолжают волновать художников и темы эксплуатации атомной энергетики, переработки и обезвреживания отходов атомных электростанций.

Тематическая направленность авторского плаката не зависит от чьей-то воли и является отражением авторского восприятия действительности, дает достаточные основания надеяться на перспективность этого направления творческой деятельности художников-графиков.



Виктор Кравець. Плакаты з дипломної серії. Керівник - доц. В.Шевченко, 1998 р.

Функциональное назначение рекламного плаката

Исследователи истории плаката считают, что первый рекламный плакат был напечатан книготорговцем Батдольдом в 1482 для рекламы нового издания «Геометрии» Евклида. До наших дней он не сохранился. Однако рекламный плакат в течение всей истории существования не изменил традициям своего назначения - находить потенциального потребителя продукта материального производства и художественной культуры. Он способен убедительно рекламировать как товары (технику, промышленные товары, продукты питания, фармакологические изделия и т.п.) и услуги, так и массовые культурно-художественные акции (вернисаже тематических и групповых выставок, кинофестивали, театральные премьеры, спортивные соревнования, народные гуляния и т.д.) ; создавать имидж как и конкретного человека (реклама политических лидеров во время избирательной гонки, плакат для персональной художественной выставки и авторского концерта), так и реально действующей фирмы (представительный плакат для торговых и промышленных предприятий, медицинских учреждений и образовательных учреждений).

В современной рекламе бесспорное лидерство остается за культурным плакатом, который заметно расширил свою тематику. Прежде всего это юбилейный, праздничный, выставочный, театральный, концертный, цирковой, туристический и спортивный плакаты. Специфика этого направления обусловила роль плаката как посредника между потенциальным зрителем и культурно-художественной акцией, требуя от него активной действенности. При этом плакат является не только носителем информации, что сближает его с такими средствами массовой информации, как газеты, радио и телевидение, но и, что не менее важно, представляет аудитории в высокохудожественной, образной форме долю культурно-художественной акции или спортивного зрелища.

Особенно популярны среди художников театральный и выставочный плакат. С ними способны конкурировать в какой-то степени только юбилейные издания и плакаты к общегосударственных праздников, массовых народных гуляний и спортивных соревнований.

В странах, где индустрия туризма является неотъемлемой составляющей экономической политики, активно инвестируется и развивается туристический плакат.

В мире, а теперь и в Украине, в полный голос заявляет о себе политическая реклама во время избирательных кампаний. Основной ее целью является создание привлекательного имиджа партийного или политического деятеля и его предвыборной программы.



127\

Вікторія Головашкіна. Виставковий плакат, 1992 р.

128\ Віктор Балабас. Театральний плакат, 1994 р.



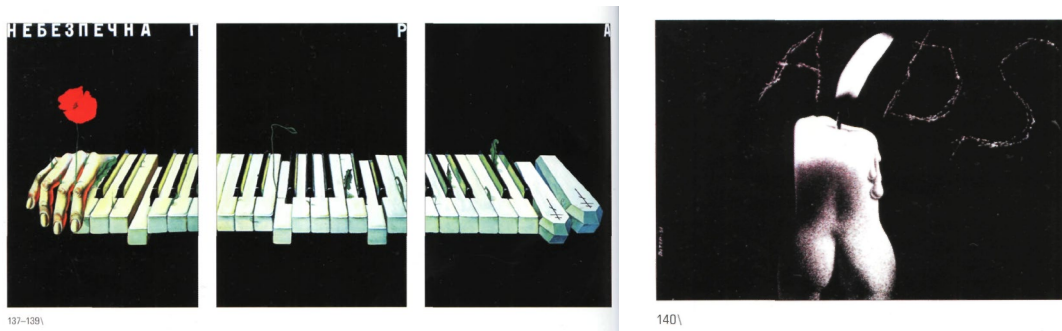
128\

В связи с развитием малого и среднего бизнеса в нашей стране распространяется реклама медицинских услуг частного сектора медицины. Наблюдается подъем коммерческого плаката, рекламирующего товары и услуги торговых фирм и организаций. ее типичным примером является щитовая реклама в местах, зонах отдыха, на автомобильных магистралях. Подобные плакаты-панно могут достигать значительных размеров, так рассчитаны на восприятие зрителем с большого расстояния. Встречаются рекламные установки более сложного технологического уровня с переменным изображением и программным обеспечением. Но эти рекламные средства уже не вписываются в традиционное понятие печатного плаката. Все тематическое разнообразие рекламного плаката бесспорно открывает широкое поле для творчества плакатистов, но ставит их в определенную зависимость от характера рекламного издания, художественного вкуса и культуры рекламодателей и издателей. Более того, профессор Московского университета печати В.Валериус в статье «Признание в ненависти», опубликованной в журнале «Как» (1998), утверждает «... создавая имидж фирмы или товара, или общественного деятеля, мы с вами призваны искусственно конструировать некий сияющий миф. Критерием качества такой работы будет внедрение этого мифа в сознание как можно более широких масс потребителей. И только Соответствие такого мифа реальности не рассматривается вообще».

Но, несмотря на существующие проблемы, связанные с взаимоотношениями между автором, рекламодателем и, наконец, потребителем предлагаемой продукции, рекламный плакат, несомненно, и в дальнейшем будет выполнять свою функцию и развиваться, пока есть спрос на него.

Особенности проектирования профилактического плаката

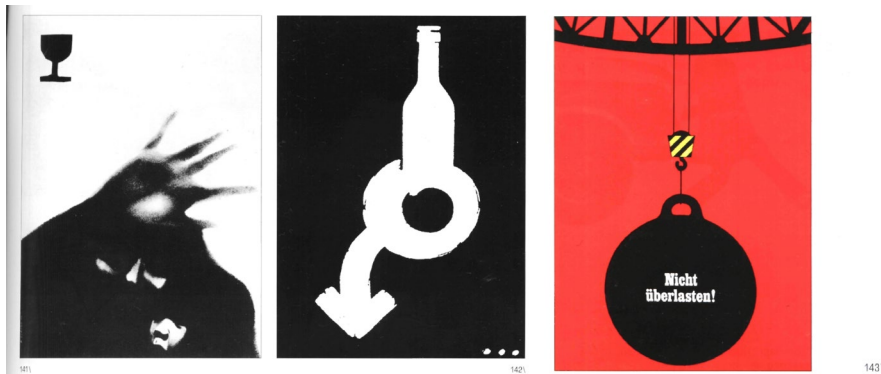
Профилактические плакаты направлены прежде всего за сохранение здоровья человека, профилактику заболеваний и соблюдения правил безопасности жизнедеятельности. Эти плакаты предупреждают, разъясняют, воспитывают. Они обращаются к нам в транспорте и на рабочем месте, в медицинских учреждениях и зонах отдыха, в образовательных учреждениях и студенческих общежитиях, в лесных угодьях и на водоемах.



137-139\ Ольга Борисенко. Триптих проти загрози наркотичної залежності. Курсова робота. Керівник - доц. В.Шевченко, 1997 р.

Известные всем плакаты по технике безопасности, антипожарные и медико-профилактические издание преследуют одну цель - предотвратить беду, сохранить здоровье и даже жизни человека. Специфика профилактического плаката требует от художников и издателей применение особенно действенных изобразительных средств, которые не только привлекали внимание зрителя и запоминались, но и влияли на его подсознание. Профилактический плакат не требует осложненных композиционных решений и многословия.

Отсутствие сенсационности и возможности говорить о чем-то интересное и совершенно новое не лишает профилактический плакат содержательности и актуальности. Расширяются и его функции. Он не только ставит вопрос безопасности труда или транспортного движения, но и борется за сохранение здоровья человека - самой ценности жизни. Он не только обостряет проблемы профессиональных заболеваний, но и активно выступает против алкоголизма, курения и наркомании.



141 \ Роçлав Жабо. Антиалкогольний плакат, 1966 р.

142\ Рашид Акманов. Антиалкогольний плакат

143\ Ульріх Рейтер. Плакат з техніки безпеки на виробництві

Авторы плакатов должны непосредственно контактировать с врачами и социологами, иметь представление о таких очень далеки от искусства области, как промышленность, транспорт, строительство, медицина, для которых предназначены их произведения.

В последнее время в связи с распространением инфекционных заболеваний в Украине снова актуальны плакаты с личной гигиены для различных возрастных групп населения. Тревогу врачей вызывает стремительное распространение СПИДа, туберкулеза, заболеваний, передающихся половым путем, и тому подобное. В их профилактической работе значительную роль играет плакат как средство наглядной агитации за здоровый образ жизни.

Следовательно, независимо от социально-политической и экономической ситуации, профилактический плакат всегда нужен обществу, вместе с тем он использовать современную эстетику, образы, понятные всем и каждому.

Нетрадиционные формы плаката

В практической деятельности художники и заказчики нередко игнорируются полиграфические стандарты плаката, меняют его форму, расширяют функцию. Такие

действия продиктованы поиском нетрадиционных методов применения плаката или практической целесообразностью. К примеру, мини-плакаты, адресованные пассажирам городского транспорта. Эти издания основном подобные рекламные открытки со значительным объемом информационного материала и характеризуются камерностью и отсутствием лаконичных образов.

С другой стороны, для повышения эффективности плаката в архитектурно-пространственной среде используются багагоаркушни плакаты (диптихи, триптихи, полиптихи, п-палачи-панно). С этой же целью плакат размещают на рекламных стендах блоками по 6-8 экземпляров каждого отпечатка.

В практику входят плакаты-буклеты с двусторонним изображением. Эти печатные издания широко применяются в выставочном и туристической рекламе.

Для оформления жилых помещений используют - плакаты-репродукции живописных полотен, эстампов, иллюстраций и фотографий, плакаты-календари, плакаты-афоризмы, которые вошли в наш быт под названием «постер» (от английского «poster» - плакат).

Плакат трансформируется, приобретает неизвестных до сих пор эстетических и функциональных признаков, меняет свои масштабы, расширяет сферы назначения. Он может быть одновременно и частью интерьера, и подарком, и объектом коллекционирования, и элементом оформления городского ландшафта.



148\ Франсуа Міє. Плакат до 60-ї річниці Жовтневої революції, 1977 р.

149\ Керім Аккізов. Плакат-постер. Курсова робота. Керівник - доц. В.Шевченко, 1999

р.

Контрольные вопросы:

1. Что такое театральная афиша?
2. Что такое коммерческий плакат?
3. Что такое агитационный плакат?
4. Что такое киноафиша?
5. Что такое музыкальная афиша?
6. Что такое спортивный плакат постер?
7. Что такое рекламный плакат?
8. Что такое шрифтовой плакат?

Литература: [3(106-117), 5(195-208), 8(41-97), 13(212-223), 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23,

24]

Тема №6. Изобразительные средства композиции шрифтового плаката

1. Контрасты в шрифте.
2. Акценты в шрифтовой композиции.
3. Цвет шрифта как средство воздействия на сознание и подсознание реципиента.

Что такое «контраст»

В бытовой речи под «контрастом» подразумевается большое различие между качествами двух явлений, например: горячий — холодный, высокий — низкий.

В научной терминологии под контрастом подразумевают вообще всякое различие, но при этом вводят понятие меры: например, между цветом чертежной и писчей бумаги — малый контраст, а между цветом угля и мела — большой контраст. Можно определить контраст как меру различия цветов.

Различают следующие виды контраста:

- по яркости,
- по насыщенности,
- по цветовому тону.

1. Большой контраст:

а) большой контраст по цветовому тону при среднем и большом контрасте по насыщенности и яркости;

б) средний контраст по цветовому тону при большом контрасте по насыщенности или яркости.

2. Средний контраст:

а) средний контраст по цветовому тону при среднем контрасте по насыщенности или яркости;

б) малый контраст по цветовому тону при большом контрасте по насыщенности или яркости.

3. Малый контраст:

а) малый контраст по цветовому тону при среднем и малом контрасте по насыщенности или яркости;

б) средний контраст по цветовому тону при малом контрасте по насыщенности или яркости;

в) большой контраст по цветовому тону при малом контрасте по насыщенности и яркости.

Наличие контраста между пятнами необходимо для того, чтобы их увидеть. В этом смысле можно утверждать, что контраст — основное условие зрительного восприятия.

С точки зрения физиологического воздействия все цвета и их сочетания можно разделить на две основные группы:

А. Контрастные сочетания - Простые, чистые, яркие цвета.

Б. Нюансные сочетания - Сложные, малонасыщенные цвета (разбеленные, ломаные, зачерненные), а также ахроматические.

Цвета группы «А» действуют как сильные, активные раздражители. Они удовлетворяют потребностям людей со здоровой, неутомленной нервной системой. К таким субъектам относятся дети, подростки, молодежь, крестьяне, люди физического труда, люди, обладающие кипучим темпераментом и открытой, прямой натурой.

Цвета группы «Б» скорее успокаивают, чем возбуждают; они вызывают сложные, неоднозначные эмоции, нуждаются в более длительном созерцании для их восприятия, удовлетворяют потребность в тонких и изысканных ощущениях, а такая потребность возникает у субъектов достаточно высокого культурного уровня. По всем этим причинам цвета группы «Б» предпочитают людьми среднего и пожилого возраста, интеллигентного труда, людьми с утомленной и тонко организованной нервной системой.

Контраст по Рудеру

Сопоставление двух моментов по принципу контраста видоизменяет и усиливает эффект каждого из них. Округлые купы деревьев выглядят круглее в соседстве с угловатыми постройками, башня выглядит выше, если стоит на равнине, теплый цвет кажется теплее в сочетании с холодным. Красота и удобочитаемость шрифта зависят от комбинации контрастных форм: круглых с прямыми, узких с широкими, малых с большими, светлых с жирными и т. д. Запечатанная поверхность должна находиться в напряженном соотноении

с незапечатанной, а напряжение — результат контраста. Сочетание однозначных моментов рождает лишь докучливое единообразие.

Мышление в контрастных категориях — не путаное мышление, поскольку противоположности могут смириться в гармоническом целом. Есть понятия, теряющие смысл без антитезы, например, «верх» без сравнения с «низом», «горизонтальное» без отношения к «вертикальному» и т.д. Человек нашего времени мыслит противоположностями, для него плоскость и емкость, далекое и близкое, наружное и внутреннее не суть несовместимые понятия, для него уже не существует просто «или — или», но скорее «как то, так и другое».

В сопоставлении противоположностей следует сохранить общее впечатление цельности. Излишне резкий контраст, как, например, светлого и темного, либо большого и малого, может дать одному из элементов такой перевес, что его равновесие с антиподом нарушается или утрачивается вовсе.

Что такое расстановка акцентов?

Любой поток информации, текстовой, графической или любой другой должен иметь способы разделения информации по темам, блокам, по смыслу, по важности информации или еще по каким другим признакам. В тексте это заголовки, подзаголовки, абзацы, отбивки, выключки и др. В живописи и графике - это средства композиции (пятно, ритм, силуэт и др.) В типографике и веб-дизайне это совместные шрифтовые, текстовые и графико-композиционные приемы.

Акценты в шрифтовых композициях



При построении композиции строится некая иерархическая модель композиции, определяется степень важности того или иного элемента, продумывается логика иерархии. На приведенном выше условном примере можно видеть иерархическую расстановку элементов в первом примере и неоправданное стремление заголовков «поменяться ролями» во втором примере.

Типичной ошибкой при создании шрифтовых композиций и рекламных блоков является неверное акцентирование как размером, так и цветом.



Первая картинка представляет собой пример двойного акцента размером и цветом (в данном случае ошибочного - заголовок разваливается на составные части, которые трудно воспринимать как одно целое. Во второй картинке более грамотное применение тех же приемов. Третья картинка - тональный акцент, когда выделяемый объект по тону значительно светлее (в данном случае), чем все остальные элементы и фон, за счет чего он и выделяется.

Второй пример - это вроде как нарушение адресации акцента. Весьма очевидная ошибка, и тем не менее многократно повторяемая как в рекламе, так и в инете. На второй картинке более предпочтительный вариант. А вообще в подобных случаях нужно четко проанализировать, с каким смыслом вы хотите произнести в рекламе подобную фразу. Что-то вроде «КАЗНИТЬ НЕЛЬЗЯ ПОМИЛОВАТЬ»...

КОМПЬЮТЕРЫ ДЛ
ВАС

КОМПЬЮТЕРЫ ДЛ
ВАС

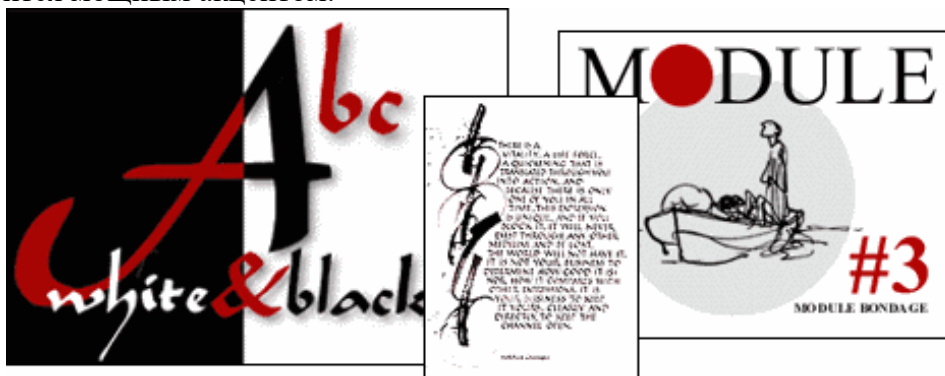
Какие вообще бывают акценты? Средства выделения главного

Размер. Прием, когда основная мысль дается большим (чем другие части композиции) кеглем. Это как раз тот вариант, для которого и разрабатываются акцидентные и наборные шрифты. Все составляющие упорядочиваются по значению, и каждое акцентируется в связи с этим порядком. Попробуйте сделать обычный вариант страницы, а потом продумать и расставить нужным образом акценты. Может, что-то придется и поменять.

Цвет. Прием, когда акцент выполняется активным цветом. Очень часто применяется в логотипах. При применении активного цвета следует соблюдать количественные пропорции активного цвета. Обычно это активное пятно и небольшое дополнение подобного или близкого цвета для поддержки. Удачным бывает прием, когда вся композиция выполнена оттенками одного цвета, а акцент - активным контрастным цветом. Можно вспомнить цветовой круг и противоположные цвета, но не следует применять этот прием механически, потому как на фоне синей гаммы оранжевый акцент смотрится впечатляюще, а вот на зеленом фоне красный акцент может раздражать, если выполнен бездумно.



Ритм. Обычно сложная форма из нескольких изображений или элементов, которая и становится мощным акцентом.



Пятно. Прием, выполняемый как в шрифтовых композициях, так и в коллажах.

Акценты в живописи и графике

Выделение главного. Не может в композиции все быть одинаково важным и доминирующим. Глаза разведутся в разные стороны. Нужно помочь зрителю понять вашу мысль, вашу идею. А для это надо максимально ее выделить, подчеркнуть ее особенности

средствами, доступными вам. В портрете это обычно лицо и руки, на лице - это глаза, реже нос или рот (обычно в шаржированных изображениях, гротескных, а также в карикатуре). Хотя художник может даже в портрете подчеркнуть характер персоны через какой-нибудь образ шарфика или берета, шляпы. Хотя на самом деле на выражение основной мысли работает обычно целый комплекс средств, и важно не разбить действие этого комплекса на несколько задач, тем самым принизив силу их воздействия.



Вот пример, когда отсутствуют «излишние» детали, могущие сместить акцент или увести мысль в сторону. На первом портрете волосы лишь намечены и только подразумеваются. Большое черное пятно в верхнем левом углу может сместить визуальный центр портрета, и может появиться примерно равное соотношение черного и белого на листе, что нежелательно в данном случае, потому волосы даны полунамеком. Для восприятия понятно, а общее впечатление не разрушает. На втором практически отсутствует светотень, что не мешает «видеть» подразумеваемый объем. Интересно акцентирование на третьем портрете. На холодном фоне черный силуэт головы и плеч, на котором «теплое» лицо. Вспомните из прошлых выпусков - при одинаковых параметрах теплое смотрится ближе холодного. В любом случае лицо и руки реально акцентированы.

Жанровые композиции мы рассмотрим позже, когда более детально будем рассматривать ритм, пятно, силуэт и другие приемы и средства композиции. Реально в вебе подобные приемы могут быть применены в составных и изобразительных коллажах.

Акценты в коллажах и составных композициях

Сложные коллажи, с изображениями и шрифтами, нужно проектировать и анализировать по полной программе. Как картинка, так и шрифт в таких коллажах являются равноправными объектами (в смысле композиции, а не контента), и расстановка акцентов зависит целиком от вашего желания выделить или подчеркнуть то, что вам нравится, или наиболее полно отвечает вашей мысли. Если вы подразумеваете, наличие планов в вашей композиции - то следует сразу определить, какой объект, к какому плану соотнесен. Если используете ритм - то следует ритмизировать как объекты в группе, так и группы между собой (и не забыть о планах). Обычно основной девиз на переднем плане, но может с таким же успехом находиться и на среднем плане, и на заднем.



Рис. 7. Пример коллажа

Приемы и способы акцентирования

Для начала попытайтесь убрать все лишнее и отвлекающее, то, без чего можно обойтись, не нанеся ущерб для вашего замысла. Почистить текст, разобраться с заголовками и подзаголовками, фотографиями и иллюстрациями. Затем поработать с фотографиями.

Как выделить основное в фотографии? Я думаю, тут очень хорошо применимы приемы и средства художников-живописцев и графиков. То есть те же самые пресловутые (о которых я уже кратенько говорил) ввод в композицию, движение взгляда по элементам и объектам, перемещение, ритм, контраст, силуэт (+ контражур), пятно и далее, далее. Минимальными средствами вы можете усилить воздействие конкретной фотографии, подчеркнув или выделив один или несколько принципов.

Пример №1.

Для начала анализ «исходника». Многоплановый пейзаж с готовым зрительным входом в композицию, отлично ритмизированный первый план (столбы), неплохое размещение элементов на втором плане, весьма удачный третий план, или фон (в данном случае небо). Из «недостатков» отметим одинаковые по тону первый и второй планы, как бы их соединение, «влипание».



Схематично это выглядит так - от первой схемы мы должны перейти ко второй, используя то правило, что на втором плане предметы и объекты менее контрастны и более сдержанны по цвету (воздушная среда и прочее). Но вообще-то это правило хорошо в пейзаже, где нарушение тональности планов может привести к путанице, но на самом деле в композиции именно акцент, композиционный центр имеет право на наибольший контраст. Ну а находиться он может и на первом, и на втором, и даже на заднем плане в зависимости от вашей задумки и используемого материала. Я чувствую, что надо более детально рассмотреть эти понятия, и это будет чуть ниже.



И если технически все исполнено правильно, то результат должен быть примерно таким. Для сравнения я помещаю рядом и «исходник».



А теперь о терминах.

Акцент - выделение части композиции, изображения, объекта с целью изменения расстановки приоритетов, придания акцентируемой части большей смысловой важности, большего значения. Мы можем усилить контраст на самой акцентируемой части, или уменьшить этот контраст на других деталях, как это сделано в примере №2.

Композиционный центр - часть композиции, выделяемая композиционными приемами и средствами. В примере №1 композиционный центр - это дома на втором плане, выделяемые небом, частями забора и передним планом (дорожка, которая направляет взгляд прямо к ним). А акцентированы столбы забора на переднем плане (несмотря на то, что мы их

и не трогали) высветлением второго плана. Разделение акцента и композиционного центра в данном случае и дало эффект пространственности.

Пример №2.



Имеем несколько четких планов и выразительную «конструкцию» на переднем плане, которая уже имеет и наибольший контраст светлого и темного, и цветовые акценты (белое пятно, красное пятно, замечательный ритм элементов «конструкции»). Недостатки - смысловой (верблюд все таки «корабль» пустыни, а не моря) и композиционный (излишне активные элементы на втором и третьем плане, немного отвлекающие внимание от центра). Ослабляем «недостатки», а то и вовсе избавляемся от них. В данной композиции пришлось еще менять холодные рефлексы от прибрежного воздуха на верблюде и арабе на теплые рефлексы пустынного типа. Это придает большую правдивость и реалистичность изображению. Ну и очень контрастная тень внизу является случайным акцентом, ослабляем и тень. И вот результат.

Пример №3.

Применение эффектов для акцентирования. В данном случае композиционный центр (перспективная точка схода) и акцент (машина с фигурой) разнесены в пространстве, что раздробляет композицию на две равноправные смысловые зоны (что не есть хорошо), поэтому желательно бы работу над композицией продолжить.

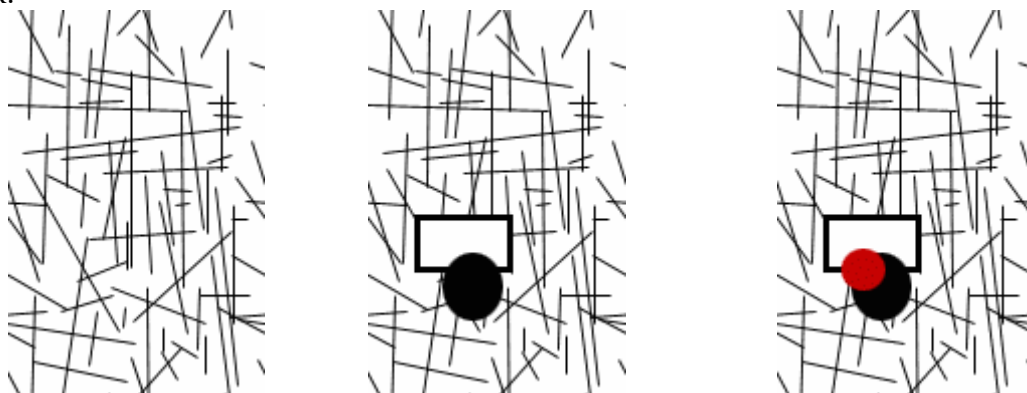


Пример №4.

Цветовое выделение. Из недостатков исходника для данной композиции отметим слишком высокий горизонт. Если опустить горизонт пониже, то усилится «монументальность» дорожного знака, и его значение для данной композиции. Ну и немного активный задний план. В данном случае можно ввести для усиления акцента черно-белый фон, оставив цветным только знак и надпись. Из смысловых эффектов можно заменить дорогу на пустыню, что и станет логическим завершением задумки (но от фотографии, взятой в качестве примера, ничегошеньки не останется). Все зависит только от задач.

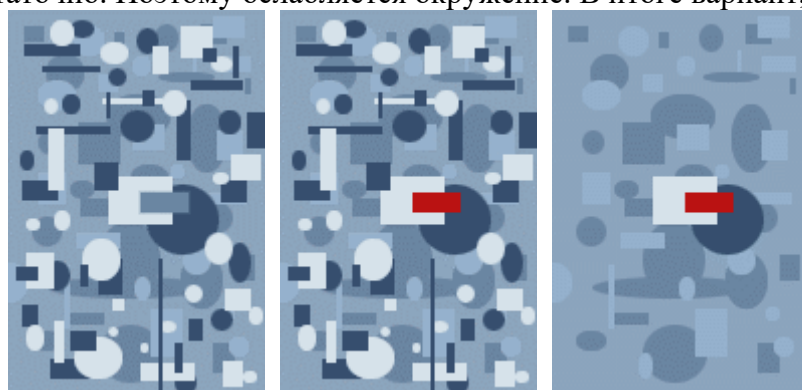


Такой же вариант рассуждений применим и к самой странице. Есть что-то, что вы считаете самым важным на странице, основная мысль или главный элемент, который должен привлекать внимание - его вы и должны выделить. Если нельзя усилить сам элемент, то можно ослабить его окружение. Двойным или тройным акцентом можно значительно усилить главное, но можно таким множеством и внутри вашего главного устроить полный бардак.

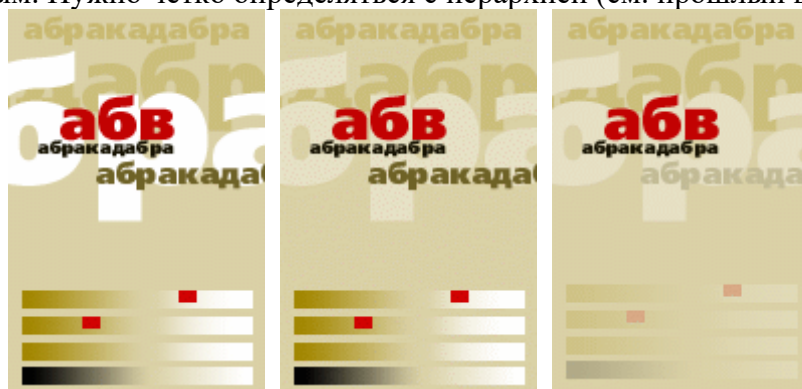


На этом варианте во второй картинке акцент ставится за счет иной формы, массы и контраста. В третьей картинке к перечисленному добавляется еще и активный цвет.

В этом примере на достаточно пестром фоне ставится цветной акцент, но этого явно недостаточно. Поэтому ослабляется окружение. В итоге вариант, близкий к предыдущему.



В этом примере активная, бросакая и выразительная шрифтовая композиция, но весьма дробная. Красный трудно сделать более красным, а черный - более черным. Поэтому просто ослабляются и удаляются лишние детали, отвлекающие внимание. Не может быть все главным. Нужно четко определяться с иерархией (см. прошлый выпуск).



Данные примеры не являются канонами или шаблонами для подражания. В каждом случае нужно подходить индивидуально и искать решение, наиболее подходящее для конкретного случая.



Думаю, что многие из вас, поняв суть композиции, принципов и применения схем, смогут другими глазами взглянуть на живопись, которую до сих пор называли абстрактной, и которая не менее реальна, чем полотна Рубенса или Шишкина. Большая обобщенность или ставка на схематизм обычно вызваны не «неумением» художника рисовать, а желанием остановиться на определенной степени прорисовки деталей для большей выразительности, экспрессии или чего-то другого. Умение убрать лишние детали до степени полной обобщенности тоже является высоким умением или даже талантом. К нашему счастью, власти уже не громят подобные выставки бульдозерами, не сажают таких художников в психушки...

Посмотрите на рисунки детей младшего возраста, тех, кого еще не «научили» рисовать учителя математики или просто начальных классов. Часто выразительность мысли и композиция на уровне больших мастеров. Лично я многому научился, глядя на рисунки своего сына. В 4-5 лет он выдавал композиции, которые я до сих пор храню. Зато сейчас он рисует траву, дом с трубой, облако и солнце, то, на что хватает фантазии у учителей начальных классов. Обидно, когда ради лишних 40-50 рублей люди вынуждены заниматься не своим делом. Не менее обидно, что художники предпочитают зарабатывать рекламой, раскраской щитов, но никак не учительством в школе. Такова наша жизнь (селяви, блин...)

Хотелось бы, чтобы вы проявляли интерес не только к веб-дизайну с утилитарными целями, но и просто к живописи или графике, декоративному искусству - ведь этого тоже хватает в инете, и часто весьма высокого качества.

Контрольные вопросы:

1. Какие бывают виды контраста?
2. Что такое расстановка акцентов в плакате?
3. Какие бывают средства выделения главного в композиции ?
4. Что такое композиционный центр?
5. Какие эффекты можно применить для акцентирования?

Литература: [2(181-264), 4(104-136), 7(57-85), 12(44-152), 13(33-77)]

Тема №7. Современные стилевые направления развития плаката

1. Швейцарский (международный) стиль.
2. «Новая волна» - швейцарский панк.
3. Цифровая революция 1980-х.
4. Апофеоз постмодернизма.

Швейцарский стиль

Типографика порядка в 1950-60-е годы доминировала во всех нишах графического дизайна. Минимализм в рекламе, модульная сетка в плакате, гротеск в наборе и акциденции.

В корпоративной айдентике и деловой документации строгость швейцарского стиля царит и по сей день. Долгая жизнь этих принципов и многочисленные последователи

позволяют говорить о международном стиле в типографике, как о значимом явлении, возникшем на базе конструктивизма. «Конструктивисты 20-30-х годов эпизодически и отнюдь не случайно приближались к образу типографики порядка»

Источниками швейцарского стиля практически все исследователи называют советских конструктивистов, голландскую группу De Stijl и, конечно же, немецкий Баухауз. Это было революционное время. Оно требовало перемен во всех областях жизни. Наиболее прогрессивные графические дизайнеры полагали, что типографика наконец-то вырвалась из пут буржуазных догм. Курт Швитгерс писал в 1924 году: «Безликий напечатанный шрифт лучше индивидуального росчерка художника», добавляя, что «простота подразумевает прямоту ясности и функциональную форму <.. > Действительность имеет хорошо сбалансированные пропорции».

В Голландии эти идеи с энтузиазмом были восприняты графическими дизайнерами Сезаром Домелой, Питом Звартом, Паулем Шутемой, в Швейцарии — Тео Балмером и Эрнстом Келлером. Но больше всего сторонников нового было в Германии. Так что детство швейцарского стиля проходило в бурные годы революций и послевоенной разрухи Веймарской республики.

1920-е годы становятся плавильным котлом нового стиля, слагаемого из нескольких национальных школ, давших в итоге интернациональный дизайн. Последующее десятилетие определило географическое положение родины нового стиля. Директивное изменение Сталиным стилистической направленности советского искусства в 1932 году привело к повсеместному вытеснению конструктивизма и рационализма классикой соцреализма. Приход нацистов к власти в 1933-м привел к тому, что под напором политических перемен в Европе дизайн начал мигрировать. Обычно говорят о двух основных потоках эмиграции: швейцарском и американском. Основная часть Баухауза, покинув нацистскую Германию, устремилась в США за свободой. Конечно, они вдохнули новую жизнь в тамошний дизайн, но Америка вдохнула в них свой прагматизм. «Новому Баухаузу», созданному эмигрантами, так и не суждено было оставить значительный след в истории.

Швейцария же стала родиной формирующегося стиля в графическом дизайне. Отчасти это стало возможным из-за того, что в этой стране модернизм возник одновременно с конструктивизмом в Советской России, группой De Stijl в Голландии, Баухаузом в Германии. С 1918 года в Цюрихе в Школе прикладных искусств начал преподавать Эрнст Келлер. В последствии его стали называть «главным архитектором» швейцарского стиля. У него в разное время учились Тео Балмер, Адриан Фрутигер, Армин Хофман. Келлер пропагандировал чистоту и ясность, простоту и строгость стиля, плотный набор и геометричность композиции.

В плакатах швейцарцев Тео Балмера и Макса Билла 1930-х годов начинает появляться привязка макета к геометрическим формам — вот они, истоки модульной сетки, когда через разделение материала на модульные блоки начались демонстрироваться приемы, позволяющие достигнуть математической чистоты пропорций и сбалансированности общей композиции.

Развитие типографики в Швейцарии не было прервано Второй мировой войной. Ее изоляция от воюющих сторон в культурном аспекте к середине 1940-х позволила выработать собственную концепцию графического дизайна.

Макс Билл сформулировал три основных принципа швейцарской типографики, рожденных в борьбе с «неясной приблизительностью в дизайне»:

- (1) разработка модульной сетки для любого графического проекта:
- (2) использование гротеска в качестве наборного шрифта:
- (3) композиционная асимметрия.

Это была основа для будущего международного стиля в типографике. «Естественность и чистота художественного языка, образная сила, функционализм, структурная изощренность композиции, технологичность и рационализм стали опознавательными знаками швейцарской школы в искусстве типографики» [Рудер Э.].

Новые идеи в дизайне и принципы работы типографов получили известность за пределами Швейцарии, вызвав широкий резонанс.

Этому способствовали не только выставки швейцарского дизайна. Через систему образования в Ульме и Базеле принципы функционализма быстро распространились по послевоенной Европе. Эти школы сыграли огромную роль в популяризации швейцарской типографики. С 1950 года в Высшей школе искусств в Ульме (Германия) Макс Билл развивал методику преподавания, объединяющую пропедевтику Баухауза с основами швейцарской школы в попытке найти ключ к пониманию некой абсолютной типографики. Эти поиски строгих правил, математической логики применительно к графическому дизайну были схожи с преподаванием Эмиля Рудера в Базеле (Швейцария). Рудер старался сосредоточить мышление студентов на определении необходимого количества чистого белого пространства листа, «воздуха» и разработке формального ритма применительно к шрифтовой нагрузке композиции, подчеркивая, что чистое пространство есть такой же основной элемент дизайна, как и печатные элементы.

В отличие от швейцарских дизайнеров первой формации Эмиль Рудер начал говорить о новом функционализме — неофункционализме. Он сосредоточился на точке, линии, плоскости, пытался определить способ, которым типографика создает контраст, ритм, цвет, активизирует пространство. Рудер говорил, что «наша задача состоит в том, чтобы разместить различные элементы на поверхности листа, заставить их прийти к взаимному согласию и далее связать их с более высоким порядком». Здесь он имел в виду модульную конструкцию полосы. Этот подход, казалось бы, вел к формализму. Но Рудер черпал вдохновение в порядке и правилах, делая акценты на этике в типо-графике, выявляя своеобразную силу ее языка.

Международный стиль действительно господствовал повсеместно. Плакат из Японии напоминал рекламу из Голландии. Верстка брошюр проводилась как будто по согласованию с единым для всех художественным редактором. Композиционно швейцарский дизайн вылился в блочную структуру, когда текст ровными строками флагового набора создавал куски «штриховки» в свободном от «главного цветового пятна» пространстве журнальной полосы или плаката. Ограниченная палитра элементов международного стиля подпитывалась верой в то, что культурные и исторические различия государств и народов можно превосходно описать универсальным языком геометрических сеток, систематической типографики, пиктограмм и «объективных» фотографий.

В 1960-е идеи и принципы международного стиля получили высочайшее одобрение и в нашей стране — в СССР начиналась своя «Швейцария». Как вспоминал Михаил Аникст [8]: «У нас о модульной сетке впервые заговорили и практически ее применили в 1963 году, будучи еще студентами Московского полиграфического института **М.Жуков** и **Ю.Курбатов**. Они использовали ее для оформления журнала "**Новые товары**". Кроме них в оформлении этого номера участвовали студенты того же института **В.Алешин**, **Л.Кулагин** и **А.Троянкер**. Молодые дизайнеры назвали сетку растровой. И только в 1965 г. сетка получила название модульной в журнале "Декоративное искусство СССР", когда его художественный редактор Ю.Соболев разрабатывал с помощью М.Жукова сетку для этого журнала. Интересно, что в немалой степени популяризации в СССР новых методов проектирования способствовали контакты журнала "Декоративное искусство СССР" с Ульмской школой дизайна. Потом, уже окончив институт и придя в 1965 г. в издательство "Искусство", М.Жуков начал всячески пропагандировать и внедрять в практику методику работы с модульными сетками». Сам Максим Жуков в послесловии к книге Рудера «Типографика» так писал о модульной сетке: «Методический, системный подход, характерный для швейцарской типографической школы, кристаллизовался в так называемой модульной системе, разработка и широкое внедрение которой представляет одну из важных заслуг школы в развитии графического дизайна» [9].

Типографика НОВОЙ ВОЛНЫ

Получив импульс от конструктивизма, швейцарцы довели до логического итога функциональность и рационализм в графическом дизайне. Но господство международного стиля, основанного на правилах и порядке, не могло продолжаться бесконечно. После двух десятилетий основополагающие принципы и верования функционализма были серьезно подвергнуты сомнению. Закономерно, что первое противодействие началось на родине, в сердце международного стиля — в швейцарском Базеле. Эти идеи позже трансформировались в целое направление, получившее известность как «новая волна».

Ключевой фигурой нового базельского стиля стал дизайнер-самоучка, типограф Вольфганг Вайнгарт. Первоначальную профессию наборщика Вайнгарт получил там же в Базеле. Работая с металлическим набором, он был обязан помнить множество «правильных» советов, изложенных в руководствах по типографике: «Казалось, будто все, что было для меня интересным, запрещалось. Но мне хотелось доказать еще, еще и еще раз, что типографика является искусством» [1].

В 1964 году, в статье для каталога «Druckspiegel», он писал: «Фотонабор с его техническими возможностями ведет сегодняшнюю типографику к игре без правил». Редакторы издания отказались опубликовать его текст полностью, опасаясь, что они потеряют своих читателей. Вайнгарт был настроен весьма скептически относительно ценности современной швейцарской типографики; считал, что она становилась синонимом жесткой и скучной ортодоксальности. Международный типографский стиль был на его взгляд бесплодным и анонимным.

Вольфганг Вайнгарт исследовал основные типографические соотношения и размеры диапазона удобочитаемости. Он был очарован эффектами, возникающими в результате экспериментов с различными межбуквенными расстояниями и интерлиньяжем. Он растягивал слова и строки до тех пор, пока текст не приближался к пределу разборчивости. Поиски Вайнгарта, затеянные им с целью восстановления экспрессии, породили типографику «новой волны», фактически антистиль, который на долгие годы стал целым направлением графического дизайна.

Вскоре его опыт типографа был востребован. Вайнгарта после скоропостижной кончины Эмиля Рудера пригласили преподавать в Kunstgewerbeschule — школу дизайна в Базеле, и это дало ему возможность внести свой вклад в будущее направление швейцарской школы — вдохнуть новую жизнь в швейцарскую типографику. Это позволило бы ему публично — через студентов — возражать догматичному подходу Рудера и Хофмана. Но признание его талантов привело к приглашению Вайнгарта возвратиться в лоно традиционной швейцарской типографики и просто представлять там альтернативный голос. В этом случае он занял бы место в центре новой ортодоксальности, влияние которой простиралось бы от Европы до западного побережья США.

Это предложение, которое позволило бы вернуть швейцарскую типографику на ее позиции «выдающейся интеллектуальной субстанции», Вайнгарт отклонил. Он продолжил эксперименты с типографикой. Вайнгарт исследовал все принципы, преподаваемые швейцарской школой. Традиции, запрещающие абзацный отступ в параграфах и разрядку в тексте, были им отвергнуты, «правило верного угла» и целостности отдельных изображений оспорены. Наивысший символ швейцарской типографики — сетка — использовалась в его работах с целью нарушить ее логику и принципы. Вайнгарт широко применял заливки и выворотку для акцента и создания активного поля напряженности, вспоминая многое из «новой типографики» 1920-х.

В его плакатах появилось то, что в последствии стало стилистическими характеристиками постмодернизма. Там, где Йозеф Мюллер-Брокманн использовал шрифт только одной гарнитуры и лишь в двух кеглях (текст и заголовок), помещенный в строгие рамки модульной сетки, Вайнгарт просил своих учеников искать новые принципы типографики, которые не полагались бы ни на какой систематический подход, но соответствовали бы предложенным процессам полиграфического производства. Его студенты изучали и другие

области искусств, такие как фотография, рисунок, теория цвета, реклама и упаковка. И он хотел видеть типо-графику только частью диапазона инструментов графического дизайнера. Из этого потенциала инструментов и их выразительных качеств появилась само-созерцательная форма дизайна в соответствии с настроением той эпохи.

«Вайнгарт и его последователи в Европе и за океаном демонстрируют все то же безупречное владение черно-белым материалом. Шрифт остался нейтрально благопристойным, но тем острее обозначились композиционные аномалии», — заметил В. Кричевский. «На гибкой основе фотографического набора и офсетного монтажа типографы осознанного беспорядка развивают конструктивистский принцип свободной, как правило, ортогональной верстки и при этом вторгаются в ткань набора. Вопреки, казалось бы, незыблемым нормам типографики ценностями становятся неравномерная разрядка в слове, "порочный" интерлиньяж, критически малая отбивка, вялый контраст по насыщенности и типоразмеру шрифта и т.п. Тот, кто назвал это "швейцарским панкком", тонко уловил интригующее сочетание несовместимого. Нарушая порядок, Вайнгарт соблюдает его» [2].

В конце 1970-х Вольфганг Вайнгарт начал получать заказы на дизайн плакатов для музеев, выставок и других культурных организаций, и его работа несколько изменила направление. Подобный коллажу плакат выставки «Kunstkredit» (1977) был склеен из отдельных частей пленки в виде слоистого пакета, перенесен на единую основу, затем перемещен непосредственно на офсетную пластину. Сложное иллюстрированное пространство Вайнгарта, беспрецедентное в то время, соединяло типографику набора и акциденции, графические элементы и фрагменты фотографий на равных. Он выставил напоказ отдельные секции модульной сетки, нарушая ее чистоту зубчатыми переходами, разорванными гранями,

В 1972 и 1973 Вайнгарт разработал серию из 14 связанных между собой обложек для журнала «Typografische Monatsblätter», через который он доводил свои инновационные идеи читателям. Деформация сетки и ее полностью измененные элементы, блочные заливки и, трудно подающееся какой-либо закономерности, расположение текста - эти принципы стали ответом Вайнгарта на торжество швейцарского стиля. Работа Вайнгарта была непосредственной, обладающей интуицией, глубоко продуманной и поданной с чувством, и это оказало существенное влияние на весь случайными формами. Вайнгарт разрывал, искривлял и наслаивал поверхности в мультипространственной конфигурации кубиста, которые воплотили новый вид графического пространства. Его фотомеханический экспрессионизм, подобно случайно обнаруженной в проявочной кюветке бракованной фотографии, действовал на чувства и эмоции зрителя, показывая, что в правильных руках графический дизайн иногда может быть средой для художественного самовыражения.

Стиль Вольфганга Вайнгарта не превратился бы в целое направление «новой волны», если бы не многочисленные продолжатели его школы. Даниэль Фридман и Эприл Грейман стали его наиболее последовательными учениками.

Для американского дизайнера Дэна Фридмана его обучение в Базеле и Ульмской школе в Германии стало определяющим во всей его последующей работе. К 1970 году он сам стал преподавать графический дизайн в Йельском университете. Он создавал типографический дизайн по установленным критериям, по которым студенты были обязаны проектировать задания, используя текст, взятый из сводок погоды и метеорологических сообщений. Этот проект давал формальную структуру экспериментальному типографическому подходу в духе Вайнгарта.

В ранних работах Фридман противостоял, как ему казалось, жесткости, скуке и исключительности модернизма. Для него становится важным сама интерпретация монолитной и статичной системы графического дизайна международного стиля, скорее в вопросе управления визуальным разнообразием. Для Фридмана идеи антифункционализма сосредоточены в переменах акцентов: от функции до семантики в дизайне, или, как он выразился, в концентрации взгляда на то, что вещи означают. Подобно основанному в Милане движению Мемфис, Фридман интерпретировал роль дизайна в форму культурного

критического анализа. В 1994 Фридман подвел итоги «новой волны»: «Радикальный модернизм можно представить как подтверждение идеалистических корней нашей современности. Он более приспособлен для того, чтобы включить в себя большее количество нашей разнообразной культуры, истории, исследований и фантазии».

Самостоятельные работы Фридмана в начале 1970-х были разительно не похожи друг на друга и, несомненно, находились под влиянием типографики «новой волны». Плакат для Йельского симфонического оркестра, созданный им в 1973-м, весьма традиционен в своих эстетических качествах более-менее формально структурированного подхода. Напротив, обложка 1971 года для «Typografische Monatsblätter», в которой ряд букв из гарнитур Times Square и Manhattan плавают поверх изображения города, является чрезмерно хаотическим графическим комплексом противоречащих качеств. Более поздние работы Фридмана имеют явно те же признаки.

Чтобы оценить воздействие «новой волны» на графический дизайн, необходимо понять, как возникли преобладающие в то время эмоционально-ограниченные концепции дизайна. Выпуск журнала «Print», посвященного коммуникативному дизайну 1970-х был озаглавлен «Триумф корпоративного стиля». В показанных примерах дизайна и рекламы сквозила поразительная однородность. Корпоративная литература, произведенная на свет корпорациями типа Mobil, Exxon и North American Rockwell была надлежащим образом хорошо структурирована, бесспорно, очищена от лишней декоративности, но полностью предсказуема в использовании форм модернизма. «1970-е были отмечены повышением роли корпоративного стиля в дизайне коммуникаций и последующем ослаблении образной деятельности», — делает вывод редактор номера. «Это был период, в котором безопасность заменяла риск как доминирующий инструмент продажи».

По отечественной типографике «новая волна» прошла достаточно незаметно. Владимир Кричевский находит этому такое объяснение: «Зародившаяся в объективном и жестком стиле 60-х годов (его обычно связывают с представлением о швейцарской типографике) "новая волна" предполагает дисциплину нарушения прежних рациональных норм. В этом ее изюминка. Наша рекламная графика <...> в сущности не испытала очистительного воздействия "типографики порядка". И именно это мешает ей стилистически убедительно проводить тему противополо-рядка» [5]. Малое количество достойных примеров только подтверждает эти слова.

Когда задаешься вопросом, а кто у нас из «новой волны?», то с легкой руки Сергея Серова вспоминается Владимир Чайка. Именно его плакат к выставке «Художник-дизайнер», проходившей летом 1988 года в витринах Центра технической эстетики ВНИИТЭ на Пушкинской площади в Москве, был взят за яркую иллюстрацию отечественной «новой волны». Этот плакат «разделен на части — вместо одного листа — серия "четвертушек". Силуэт лекала, который здесь может олицетворять классическую гармонию, на наших глазах разрывается на части, которые разлетаются во все стороны» [6].

Серия обложек журнала «Реклама», выполненных Чайкой в конце 1980-х также можно отнести к проявлениям нового в перестроечном Советском Союзе. Псевдо-конструктивизм или «максимальное приближение к конструктивизму» на одних обложках резко контрастирует с дробной композицией другой. Сейчас эту серию можно назвать классическим примером «новой волны» в СССР.

Цифровая революция 1980-х

В истории типографики физическая сущность печатного процесса, будь то первоначальные подвижные шрифты Гутенберга, или металлический набор высокой печати, или фотонабор 1960-х, в разной степени влияла на сам графический дизайн. Та же модульная сетка выросла из физических ограничений и дискретности металлического формообразования в пунктах и циперо. Революционные изменения в графическом дизайне, произошедшие в 1980-90-х годах, можно смело отнести к появлению нового инструмента

дизайнера — компьютера. Термины «цифровая типографика», «дигитальный дизайн», «компьютерная графика» — все они относятся к новой эре в искусстве, иногда называемой второй «новой волной».

С компьютеризацией процесс набора дематериализовался в аморфную электронную форму. Это положило начало радикальным изменениям в графическом дизайне. Работа на компьютерах покончила со многими рутинными действиями — их было более чем достаточно в работе графического дизайнера. Он мог больше не учитывать физическую сущность материала набора и перестать подчиняться правилам и инструкциям, заложенным предшественниками в основу ремесла.

В то же самое время компьютеры многократно увеличили скорость работы и расширили возможности дизайнера. Программное обеспечение настольной издательской системы перенесло средства производства непосредственно в студию, делая процесс более легким для дизайнеров. Традиционные представления о работе были подвергнуты ревизии. Широко распространилось гибкое управление задачами, поскольку компьютеры стерли различия между студией и офисом, между офисом и домом.

Персональные компьютеры стали и мольбертом художника, и резцом шрифтовика, и кассой типографского наборщика, по сути мобильными печатными станками. Любой желающий мог у себя на компьютере установить несколько вполне доступных по цене программ и, наконец, заняться дизайном (последствия прихода в профессию дилетантов ощущаются до сих пор). Но, как телевизор не смог заменить радио, какими бы визуальными эффектами не пользовались видеоинженеры, как радио не смогло своей массовостью отодвинуть театр, так и персональный компьютер не может полностью заменить весь комплекс инструментов дизайнера.

Стилистически дизайн цифровой эпохи как часть «новой волны» остался в лоне постмодернизма. Термин «постмодернизм» был введен архитекторами — в 1975 году выходит книга Ч. Дженкса «Язык архитектуры постмодернизма». Его заимствовали для философских целей [1]. Постепенно под это понятие подвели новый предметный дизайн (вспомним «Мемфис», который, по словам Серова, объявил дизайн «волнующим, чувственным, пробуждающим воображение и радующим глаз»). Наконец, под этот термин была подстроена вся «новая волна» — так постмодернизм перешел на поле графического дизайна 1980-х.

Когда мы говорим о компьютерной революции, то подразумеваем продолжение дела Вайнгарта и Грейман в работе не только с графикой и типографической композицией, но и с самим шрифтом. «Новые типографы» проектировали шрифты, не обращая внимания на традиции и каноны, столетиями формирующие типографический образ страницы. Удобочитаемость шрифта, привязка к базовой линии, фиксированная высота прописных и строчных знаков — все это не являлось для них догмами. «Вычислительная мощь настольных компьютеров открыла простор для творчества в создании шрифтов, а путь от идеи до ее воплощения стал короче, чем когда бы то ни было: помимо того, что весь инструментарий, необходимый для проектирования шрифта, находился теперь в одной программе, стало совершенно элементарно устанавливать шрифтовые файлы на свой компьютер. Таким образом, дизайнеры получили возможность выйти за ограничения, установленные старой технологией и начать проектировать шрифты "по-новому". Огромное количество шрифтов стало доступно пользователям компьютеров, в результате чего многократно усилился интерес к шрифтовому ремеслу» [2].

Мэтью Картер, британский типограф, живущий в США, декларировал в 1990-м: «Вследствие демократизации индустрии, создание шрифта теперь демистифицировано». Приток свежих сил и идей создал в графическом дизайне целый пласт индивидуальных акцидентных шрифтов, созданных порой для единственной и конкретной цели — журнального заголовка, логотипа, плаката. Процесс создания шрифтовых файлов был настолько упрощен, что в итоге за последнее десятилетие XX века появилось в десятки раз больше гарнитур, чем за все годы существования типографики — от Гутенберга до Цапфа.

Цифровые шрифтолитейни росли, как грибы после дождя. Естественно произошло снижение общего уровня качества шрифта. У «отцов» цифровой типографики появились тысячи последователей, но это уже издержки, которые присущи любой профессии.

Но в целом компьютерные шрифты многократно расширили возможности графического дизайнера. В его кассе появились сотни разнообразных начертаний на все случаи жизни: бескомпромиссно ангардные и декаданс-декоративные. имитационно мимикрирующие и техно-программируемые. Их успех заставил мировое типографское сообщество считаться с новичками, а ветераны шрифтового дизайна начали спешно осваивать компьютер, чтобы не отстать от тех, кто рисует шрифты мышкой. [3].

Но «цифровики» пошли еще дальше и «заставили» компьютер самостоятельно выбирать форму литеры — голландские дизайнеры Эрик ван Блокланд и Юст ван Россум создали скандально известный шрифт *Beowulf*, который открыл путь целому семейству «случайных» шрифтов. В таких гарнитурах дизайнер задает лишь общий скелет буквы, а компьютер «дорисовывает мясо» — формирует ее силуэт. Таким образом каждый раз текст набирается по-разному вновь генерируемыми символами. Получаемый рваный «случайный» край в дальнейшем был многократно повторен в шрифтах *Oreon*, *Squire*, *Salmiak*, смоделированных ван Блокландом и ван Россумом, объединивших усилия в студии с многозначительным названием LettError (буквально — Ошибка в Литере).

Символом компьютерного дизайна «новой волны» стал Apple Macintosh, наиболее успешный из первых персоналок, выпускаемый с 1984 года. Его система была основана на принципе окон, пиктограмм и изображений, управляемого мышью меню. С самого начала программное обеспечение Мака было ориентировано на дизайнеров. Эти компьютеры разрушили келейные стены между печатью, кино, видео и телевидением. В дополнении к этому, Интернет вывел публикации в режим он-лайн, и графические дизайнеры были вовлечены в сетевой вэб-дизайн — новый проект для средств массовой информации.

Однако надо помнить, что компьютеры не были инициаторами изменений в природе графического дизайна. Фактически многие из характерных стилистических идей «новой волны» были применены задолго до их массового представления в электронной форме.

Увеличение числа персональных компьютеров возбудил интерес к графическому дизайну у широкого круга пользователей, возможность выбора шрифтов, подготовки текста и изображений приходит к ним на дом. Границы между профессиональным и любительским дизайном стремительно размываются. Большинство дизайнеров в 1980-е были изначально «независимы» от возможностей компьютеров. Но были и те, кто использовал новые «технологии «на полную катушку» — группа Why Not Associates, Джонатан Барнбрук, Невил Броуди, Макс Кисман.

Торжество постмодернизма

Графический дизайн всегда заимствовал парадигмы и образы из других областей художественной и популярной культуры. Визуальное подражание, ссылки всех видов, мимикрия стилей — это существенная особенность пути графического дизайна, его метаморфозы в XX столетии. Результатом этого стал постмодернизм, как завершающий аккорд современной культуры.

Движение «новая волна» было его составной визуальной частью. В конце 1980-х стали очевидными источники вдохновения графических дизайнеров: заимствование и прямое цитирование, имитация и подражание, пафос отрицания и любование собой — эдакий графический нарциссизм.

О первом источнике лучше других сказал Сергей Серов: «Принципиальнейшее значение для "новой волны" имеет качество, которое до сих пор не получило адекватного определения. Его называют и "цитатностью", и "аллюзионизмом", но отношение "новой волны" к прошлому — это и не буквальное цитирование, и не двусмысленные намеки, аллюзии. "Новая волна" очень часто сознательно и демонстративно вторична. Она свободно примеряет на себя наряды любого прошлого стиля. Но при этом произведение становится остросовременным, а не ретростилизацией. Считается, что при интерпретации прошлых

стилей "новая волна" пародирует их, иронизирует и даже извращает. Но я больше обращаю внимание на те случаи, когда "новая волна" наоборот "окультуривает", эстетически адаптирует прошлое. Особенно это касается авангарда, графического конструктивизма 20-х годов — одного из самых популярных сегодня образцов для подражания в "новой волне" .

Если модернизму второй половины XX века свойственен радикализм, следование своду правил и схем, то постмодернизм был объявлен открытым для эксперимента. Его задачей было показать, что модернизм не тождествен современному искусству, что есть некий «зазор между современным вообще и модернизмом». По утверждению английского критика Дилнота авторитаризму и нетерпимости международного стиля противопоставлялась постмодернистская амбивалентность [2]. В графическом дизайне, новые идеи в первую очередь затронули оформление обложек музыкальной продукции — пластинках, кассетах, компакт-дисках. Высокая степень мобильности, ориентирование на активные группы потребителей — все это стало широким полем для эксперимента, хотя тенденции ни в коем случае не были ограничены только этой областью. Рик Пойнор приводит в пример обложку пластинки немецкой группы электронной музыки Kraftwerk [3].

В 1978 вышел альбом, содержащий строгие синтетические мелодии и пульсирующие робототехнические ритмы, которые долго оказывали влияние на развитие танцевальных мелодий в 1980-х и резко отличались от музыки того времени. Пластинка получила название «Die Alensch-Maschine» («Человеко-машина»).

Дизайн обложки альбома напоминал типографику советского конструктивизма 1920-х. Историческая ссылка была усилена Карлом Клефишем использованием в качестве главных цветов красного, черного и белого. Та же самая композиция с диктующей диагональю и типографская манера набора использовались на обратной стороне конверта, на фоне различных геометрических фигур. Дизайнер был вдохновлен работами авангардистского «конструктора» Эль Лисицкого. Это было фактически цитатой из конструктивизма (читай заимствованием, но не пародией). Дизайнер и музыканты хотели подчеркнуть, что музыка должна быть понята как «авангардистская».

Прежде, чем 1980-е годы окончательно провозгласили победу именно этого стиля в искусстве и получили нелицеприятное определение как «эра грабежа» или «эра пародий», литературный критик Фредерик Джеймсон в 1983 подвел итог преобладания навязчивой идеи заимствований из культуры прошлого: все стили и миры, которые могут быть изобретены авторами и художниками, уже изобретены. Результат 70 или 80 лет классического модернизма — истощение интеллектуальных ресурсов. «В мире, в котором стилистическое новшество больше невозможно, все что остается — подражать мертвым стилям, говорить через маски и голосами стилией в воображаемом музее» [4].

В последние десятилетия, особенно в Соединенных Штатах, использование «ретро-стилей» стало определяющим графический облик конца XX века. В нашей стране выбор более простого пути копирования стилией, заимствования идей был объясним во многом отсутствием преемственности в графическом дизайне. Нельзя сказать, что это стало следствием низкого уровня дизайна в целом. Многие известные дизайнеры и художники с удовольствием погружались в стили давно минувших эпох (а заказчики радостно утверждали и утверждают их поделки). Черпая вдохновение в прошлом, сами не замечая того, они скрывают свою лень и творческую несостоятельность. Конечно, проще взять готовый стиль ушедшей эпохи, немного приспособить его для насущных целей, и все — работа сделана. На память приходят всем известные клише при оформлении годовых отчетов и календарей — повсеместное использование стилией «ретро». И этим грешат известные дизайн-студии страны.

Имитация и подражание, эксплуатация ностальгии становятся для современного графического дизайнера кладезем идей. Параллельные темы порой пересекаются в совсем неожиданной точке. Диаграммы, карты, пиктограммы и шрифты информационного дизайна, обычно используемые в уважаемых энциклопедиях, атласах и технической литературе, могут быть приспособлены для альтернативных или чисто сатирических целей.

Индивидуальный почерк человека становится объектом восхищения и подражания. За двадцать прошедших лет миру были представлены образцы почерка Эдда Феллы, Полы Шер, Стефана Загмайстера, отечественных мэтров Юрия Гулитова, Андрея Логвина. Обласканные критиками, усеянные наградами, воспетые в книгах, они проложили дорогу новым молодым дизайнерам, для которых слово «каллиграфия» ассоциируется с собственным почерком, не всегда отточенным и красивым. Для них каллиграфические этюды Цапфа — это причуды старика, не сумевшего написать «прикольню».

Эрозия красоты происходит на глазах, и винить новую формацию дизайнеров в искаженных представлениях о прекрасном нельзя — старшие постмодернисты проторили этот путь, а компьютер его замостил. Значение слова «рукопись» мягко флуктуировало к значению «первоисточник», который может быть набран на компьютере, реже — напечатан на пишущей машинке, уникально — написан от руки, как и подразумевалось первоначальным значением этого слова. Красиво написан от руки — значит, мы имеем дело с каллиграфией.

Современные учебники каллиграфии стоят на обучении красивому письму по подобию. «Чем точнее удастся следовать образцам, тем легче осваивается шрифт. Написав одну букву, следует сравнить ее с оригиналом, написать неоднократно, *пока не добьетесь точности» [9]. К этим словам Ильи Богдеско можно лишь добавить, что сначала необходимо твердо выучить правила, а потом их с легкостью нарушать. За небрежными каракулями художника-профессионала порой стоит кропотливый многочасовой труд.

Вообще типографике постмодернизма далеко от ясных визуальных посылов функционализма международного стиля. Ведь она направлена не на удобочитаемость, а на эффект эпатажа — запоминаемость. Это желание выделиться любыми средствами и является главной отличительной чертой постмодернизма.

Контрольные вопросы:

1. В чем состоит специфика современного плаката?
2. Назовите основные стили типографики нашего времени.
3. Назовите основные черты швейцарского (международного) стиля?
4. Назовите основные черты швейцарского панка?
5. Назовите основные черты цифровой революции 1980-х?
6. Назовите основные черты апофеоза постмодернизма?

Литература: [5(195-208), 8(41-97), 9(126-142), 11(9-13)]