

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

до проведення практичних занять
та організації самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ДИЗАЙНІ»

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2021

Методичні рекомендації до проведення практичних занять та організації самостійної роботи з навчальної дисципліни «Візуальні комунікації у дизайні» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн) / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; уклад. : В. А. Голіус, А. Г. Зінченко, Л. А. Звенігородський, О. М. Левадний. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. – 26 с.

Укладачі: асист. В. А. Голіус,
асист. А. Г. Зінченко,
ст. викл. Л. А. Звенігородський,
нар. художник України, проф. О. М. Левадний

Рецензент

Н. С. Вергунова, кандидат мистецтвознавства, доцент Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова

Рекомендовано кафедрою дизайну та 3D-моделювання, протокол № 1 від 31.08.2021.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Основні положення.....	6
1.1 Завдання з візуальних комунікацій у дизайні.....	9
1.2 Порядок виконання завдання.....	9
2 Матеріали та інструменти для роботи.....	19
Список рекомендованих джерел.....	21
Додаток А Приклади виконання завдання.....	22

ВСТУП

Графічний дизайн – це вид сучасного мистецтва, який полягає у створенні графічних об'єктів (листівок, логотипів, візиток, веб сайтів тощо) за допомогою різних видів графіки. Головна ідея графічного дизайну – поєднати естетичні принципи і функціональні завдання в одному виконанні. Словосполучення «графічний дизайн» нещодавно використовувалося стосовно друкарської продукції. Воно означало структурування й організацію друкарського тексту і зображень з метою інформування та розваги читачів. Для цього використовувалися різні графічні способи: лінії і штрихування, вензелі і прикрашені шрифти. У сучасній графіці використовуються ті самі принципи щодо ліній і штрихів – векторна графіка, кольорових плям – растрова графіка, набір шрифтів величезний, а можливості кольорових рішень необмежені. Для виконання застосовуються цифрові технології. Це полегшує процес, а вихідний продукт стає якіснішим.

Поняття «візуальний» походить від латинської «visualis», що означає зоровий. Ще в минулому столітті це означало спостереження, що здійснюється простим або озброєним (у випадку астрономії, наприклад) оком. Однак згодом, з розвитком суспільства, з'явилися нові значення цього поняття. Своє тлумачення цього терміна є й у дизайні. На фоні поширення комп'ютерної техніки під візуалізацією сьогодні, як правило, мається на увазі створення зображень за допомогою цієї самої техніки. З'явилося поняття візуалізатора об'єктів і сцен, людини, що працює разом з дизайнером, над побудовою 3D-моделей окремих предметів або їхньої кількості. З'явилося поняття візуалізатора текстур, людини, що створює різноманітні текстури, без яких не обходиться жодне 3D-моделювання, будь-то промисловий дизайн, дизайн середовища, розробка комп'ютерних ігор, інтернет тощо. З'явилися такі поняття, як візуальний ефект – ефект створений віртуально, що імітує яку-небудь дію; візуальний ряд – добірка різного виду зображень по визначеній тематиці; візуальний шум – наявність кольорового і тонального дисбалансу в зображенні,

предметі, об'єкті; та інше. Ці терміни широко застосовуються в промисловому дизайні, дизайні середовища, і особливо в графіці. Однак, крім технічних термінів і словосполучень, в наш побут міцно входять такі словосполучення, як візуальне мистецтво, візуальні комунікації, візуальні форми, візуальний світ, візуальний текст та ін.

1 ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ

Завдяки бурхливому розвитку телебачення та інтернету, почав формуватися визначений візуальний світ. Ні дизайн 10–20-х, що зароджувався, ні комерційно орієнтований дизайн 30–40-х, ні індустріальний дизайн 50–60-х, ні електронний дизайн 70–80-х років не знали і десятої частки сучасного інтересу до візуального світу. Представлення про візуалізацію, візуальну комунікацію й орієнтацію, про візуальні форми і структури реалізуються при проектуванні різних об'єктів і систем. Якщо врахувати, що візуальна орієнтація покладена в основу багатьох сучасних концепцій дизайну, то приходиться визнати, що інтеграція візуальної свідомості і діяльності проектування, що відбувається в дизайні, має для нього величезне значення.

Можна стверджувати, що графічний дизайн проектує для людини, яка володіє візуальною установкою і тому здатна сприймати об'єкти, як візуальний текст. Під візуальною установкою, розуміється, не просто здатність людини до зорового сприйняття світу – зір. Цей термін значно ширше, і вміщає в себе кілька складових. Крім фізіологічної можливості людського зору (я дивлюся і я бачу), індивідуум використовує свої зорові спостереження в практичних цілях (на що я дивлюся і для чого я бачу?). І тільки людина, індивідуум має здатність думкою аналізувати і виділяти відповідні зорові якості видимого їм від самого видимого (яке в зоровому відношенні те, на що я дивлюся, і що я бачу?). Саме ця здатність до такого абстрагування і є візуальною установкою, а виділюваний нею зміст – візуальний текст.

Проектування предметного середовища, як візуального тексту сприяло поглибленню ціннісного відношення до нього. Якщо дизайн дозволяє змінювати візуальний вигляд світу, то дизайнер повинний вміти розрізняти форми візуально значимі і не значимі, а для цього необхідно мати крім візуальної установки і візуальні цінності. У цьому аспекті дизайн – своєрідна візуалізація, тобто процес візуального упорядкування світу і боротьби з візуальним шумом і хаосом, тобто увесь предметний світ повинний мати візуальну цінність.

У цьому випадку, для практики візуалізації (дизайну) повинні бути характерні:

- відмовлення від поділу при проєктуванні об'єктів на художні роботи і просто функціональні;
- прагнення до того, щоб кожен практичний результат (просто функціональна робота) мав також художню цінність;
- подолання розриву між емоційною творчою працею (художній експеримент) і інтелектуальним підходом (функціональна робота) у рішенні поставленої задачі.

У цьому випадку візуалізатор (дизайнер) – той, хто «незоріві» тексти перекладає на візуальну мову. Абстрактне мислення стає конкретним і наочним. Графічний дизайнер у наш час має найважливішу задачу зробити видимими і чутними ідеї і проблеми так, щоб вони були зрозумілі споживачеві за максимально короткий термін. Наочність, дохідливість, універсальність візуальної мови дозволяють компактніше передавати інформацію і прискорити процес її сприйняття. Цей процес прийнято називати візуальною комунікацією. Це поняття можна представити, як систему, у структуру якої входять:

- джерело тексту, що задає його не візуалізований зміст (адресант);
- творець тексту, що візуалізує заданий йому джерелом зміст (дизайнер);
- текст, у якому заданий джерелом зміст візуалізовано творцем (продукт);
- канал зв'язку, по якому передається або в якому зберігається текст;
- приймач тексту, якому призначений заданий джерелом і візуалізований творцем зміст (адресат).

У процесі візуальної комунікації будь-який зміст (що задається адресантом) наділяється (дизайнером) формою знаків або образів (продукт), що завжди втілюються через визначений засіб (канал зв'язку): газету, радіо, телебачення, банки даних тощо. Тому канал передачі інформації не менш важливий, ніж змістовна сторона комунікації. Обидва компоненти залежать друг від друга і впливають на сприйняття повідомлення, а потім і на дії людини

(адресата). Саме використання техніки перетворює міжособистісне спілкування в масове.

Функціонування системи візуальної комунікації теж можна вважати видом дизайну – процесом проектування візуальних повідомлень, їхньої передачі і сприйняття. Виділення візуального тексту як самостійного об'єкту проектування в першу чергу пов'язано з прикладною графікою і графічним дизайном, сферами, де чітка адреса візуалізованої інформації є необхідною умовою нормальної роботи.

Процес становлення якісно нового комунікативного середовища завдяки впровадженню в різні сфери людської діяльності інформаційних технологій, а також зміни, що відбуваються внаслідок цього в традиційних засобах масової інформації, способу життя людей, культури, загалом відповідають логіки переходу сучасного суспільства до стійкого розвитку. Нові технології, що розширюють можливості обробки і розуміння інформації, завжди приводили до великих змін у розвитку цивілізації. Після комунікаційної революції, що відбулася, на думку світових вчених відбулася інформаційна криза, однієї зі складових якої є, наприклад, реклама.

На процес розвитку й удосконалення діяльності візуалізації вплинули і нові умови, висунуті сучасним економічним життям. Формування процесу масового споживання, надвиробництво товарів і перенасичення ними споживчого ринку, супроводжується неухильною дематеріалізацією речі, предмета, товару, що є, у тому числі, об'єктом дизайну. Дизайн, у своїй більшості, вже пропонує не речі, а споживчі цінності. Персонажем реклами став не стільки предмет, що зображується, скільки судження і думка про нього.

Поява програм комп'ютерної графіки підняло графічний дизайн на принципово новий рівень і дало можливість творчій людині легко працювати з формою і шрифтом. Однак легкість трансформацій форм і шрифту може грати негативну роль – стало занадто легко створювати і поширювати поганий дизайн. А поява програм для передачі й обміну такого роду інформації, їхня доступність значно прискорює цей процес. Тобто, тепер непрофесійна людина, також легко

працюючи з формою, кольором і шрифтом, трансформуючи їх по однієї, тільки їй доступній логіці, може швидко, і у величезних кількостях поширювати непрофесійні речі. І в цьому ще одна проблема візуалізації в графічному дизайні.

1.1 Завдання з візуальних комунікацій у дизайні

Мета завдань з візуальних комунікацій у дизайні:

- розвивати у студентів художньо-образне мислення на основі асоціативності і смислової виразності;
- формувати у студентів творчі здібності, спостережливість, розвивати фантазію та виховувати художній смак;
- забезпечити студентів набором «моделей», здатних забезпечити аналіз ситуації в їхній майбутній проєктній діяльності.

Результатом роботи студентів буде альбом формату А3 (420 мм × 297 мм) із виконаними завданнями.

1.2 Порядок виконання завдання

Ілюстративним матеріалом для вступного заняття слугують кращі роботи виконані попередниками, а також приклади зі світової практики, що становлять певний методичний фонд.

Завдання «Розробка інтерфейсу калькулятора»

Обсяг і матеріал виконання: графічна частина – зображення візуалізації двох варіантів інтерфейсу калькулятора на листі формату А3 (420 мм × 297 мм, горизонтальна орієнтація). Кольорове зображення.

Мета: ознайомити студентів зі створенням інтерфейсів конструктивних додатків.

Суть завдання: необхідно розробити дизайн інтерфейсу додатку «Калькулятор». Для цього, базуючись на власному досвіді, досвіді оточення та сучасних трендах UX/UI, розробити органи керування та сформувати оптимальне розташування елементів (кнопок, блоку чисел, що вводяться та ін.) та спроектувати дизайн інтерфейсу. Описати відповідну концепцію, шрифтове та кольорове рішення, навести модульну сітку, відповідно до якої відбувається проектування. Макет потрібно виконати у двох варіантах – для світлої / темної або кольорової/ахроматичної теми оформлення. Після чого візуалізувати два отриманих макети за допомогою тоскур.

Завдання «Розробка інтерфейсу медіаплеєру»

Обсяг і матеріал виконання: графічна частина – зображення візуалізації інтерфейсу медіаплеєру в двох адаптаціях (мобільний додаток та вебверсія) на листі формату А3 (420 мм × 297 мм, горизонтальна орієнтація). Кольорове зображення.

Мета: ознайомити студентів зі створенням інтерфейсів мультимедійних додатків.

Суть завдання: необхідно розробити дизайн інтерфейсу додатку «Медіаплеєр» (програвач аудіо- та відеофайлів). Для цього, базуючись на власному досвіді та досвіді оточення та сучасних трендах UX/UI, спроектувати елементи органів керування та їх оптимальне розташування (кнопки, назви треку, обкладинки – у випадку відтворення аудіофайла; блока відео – у випадку відтворення відеофайлу; часової шкали тощо) та розробити відповідний дизайн інтерфейсу мобільної та вебверсії. Описати відповідну концепцію, шрифтове та кольорове рішення, навести модульну сітку, відповідно до якої відбувається проектування.

Завдання «Піктограми як система візуальних комунікацій»

Обсяг і матеріал виконання: графічна частина – макети: 8 піктограм, 4 таблички, 1 інформаційна панель та візуалізації на листі формату А3 (420 мм × 297 мм, горизонтальна орієнтація). Кольорове зображення.

Мета: ознайомити студентів зі створенням системи піктограм для навігації у предметно-просторовому середовищі (громадських місцях).

Суть завдання: піктограми в деяких сферах, таких як операційні системи, системи візуальної навігації, можуть стати альтернативною, паралельною мовою спілкування. Слід зазначити роль Олімпійських ігор, які стали своєрідним каталізатором розширення використання піктограм. Люди, що приїжджають на ці заходи, розмовляють на різних мовах, повинні мати можливість оперативного орієнтування в приміщеннях спорткомплексів, а це можна досягти тільки системою інтернаціональних, зрозумілих жителям різних країн, знаків. Зустрічається кілька назв цих знакових систем: «комплекси візуальної комунікації», «системи обслуговуючих знаків», «системи інформаційних знаків» тощо.

«Мода» на використання систем інформаційних піктограм поширилася в усі сфери суспільного життя. Піктограми стали з'являтися в місцях великого скупчення людей: в навчальних закладах і лікарнях, офісах і установах, парках, вулицях та інших громадських місцях. Поступово піктограми міцно увійшли в життя, персоніфікуючись з конкретною подією, спорудою або процесом.

Важливу роль відіграють попереджувальні піктограми або знаки про потенційну небезпеку. У сьогоденному, технологічно перенасиченому світі, загрози підстерігають людину на кожному кроці і за допомогою цих знаків можна уникнути або попередити потенційну небезпеку. Піктограми розроблені з типових базових символів, в суворій відповідності із загальною схемою побудови і розбиті на тематичні групи зі своїми «видовими» елементами.

Універсальна мова орієнтування вкрай важлива для громадських місць міста і будь-якого іншого предметно-просторового середовища. Без навігації

його сприйняття стає майже неможливим, а місто перетворюється в важкодоступний лабіринт. Тому хороша концепція мови громадського простору відкриває для нього масу можливостей – створює нові точки тяжіння, позначає маршрути та ін.

Отже в завданні пропонується розробити систему візуальних комунікацій (піктограм). Для цього необхідно:

- провести передпроектний аналіз запропонованого візуально-комунікативного середовища;
- розробити та обґрунтувати дизайн-концепцію;
- обрати єдину стилістику та кольорово-графічне рішення.

Творче завдання полягає у тому, щоб спроектувати систему навігації для конкретного середовища, а не набір розрізнених табличок. Отже завдяки композиційній цілісності, кожен елемент відзеркалює властивості (або їх частку) цілого, відповідає вимогам взаємозв'язаності.

На вибір пропонується два громадських простори:

1. Зоопарк (наприклад, Екопарк, Харківський зоологічний парк тощо).
2. ТРЦ (наприклад, ТРЦ Нікольський, ТРЦ Французський бульвар тощо).

Для обраного простору необхідно розробити:

- 4 експозиційних піктограми («водний світ», «планета мавп», «тропа тигру» тощо – для зоопарку; «одежа», «продукти харчування», «парикмахерська» тощо – для ТРЦ);
- 4 інфраструктурних піктограми («місце для фото», «парковка», «зона WiFi», «ресторан», «медпункт» тощо);
- 4 таблички-показчики (які вказують напрям), з використанням як розроблених піктограм, так і тексту;
- інформаційно-навігаційну панель (вертикальної орієнтації), яка буде складатися з піктограм, тексту та позначення напрямів.

Завдання «Інфографіка – засіб візуальних комунікацій»

Обсяг і матеріал виконання: графічна частина – інфографіка на визначену тему на листі формату А3 (420 мм × 297 мм, горизонтальна орієнтація). Кольорове зображення.

Мета: ознайомити студентів зі створенням засобу візуальних комунікацій – інфографікою, з використанням системи піктограм, знаків, графічних позначень.

Суть завдання: у сучасному світі людині щодня доводиться стикатися зі сприйняттям і обробкою величезного масиву інформації. Тому тенденція до максимальної візуалізації змісту стає однією з найбільш пріоритетних у процесі ефективної комунікації. Візуалізація інформації виступає одним з інструментів, що дозволяють забезпечити чіткість і системність в сприйнятті інформації, а також її швидке і правильне декодування. При цьому головна перевага полягає в можливості оперувати з інформацією великої щільності, органічно використовуючи вербальне і образне мислення. Візуальна комунікація об'єднує мову, опредмечену за допомогою символів, графічних елементів, кольорових рішень. Таке синкретичне об'єднання, що створюється дизайнером визначається терміном «інфографіка», яке в свою чергу породжує образи, що декодуються аудиторією.

Останнім часом сфера інфографіки стала популярною в різних областях людського спілкування, починаючи від науки і статистики, закінчуючи журналістикою і освітою. Візуальне відображення складної інформації ясно, змістовно, естетично привабливо стає вимогою сучасності. Впровадження інфографіки в різноманітні області всесвітньої практики свідчить про її актуальність і перспективність в сфері суспільних комунікацій.

Варто відмітити, що використання системи знаків, іконок та піктограм при побудованні інфографіки є важливою умовою ефективної передачі інформації, оскільки ця система спрощує процес створення інфографіки і

використовується, в тому числі, для того, щоб аудиторія переводила погляд з однієї точки на іншу та вся інформація надходила в правильному порядку.

Проектування інфографіки відбувається поетапно. На першому етапі цілепокладання обирається тема, визначається цільова аудиторія, ставляться цілі і завдання комунікації, визначається форма поширення і відображення інфографіки. Можна виділити кілька форм інфографіки: статична, динамічна, інтерактивна, відеоінфографіка. У завданні пропонується розробити саме стичну інфографіку, яка підходить для друкованих та електронних видань. Перевагою цього виду інфографіки є можливість швидкого перегляду відразу всього матеріалу.

Етап збору і перевірки інформації. На цьому етапі збираються і перевіряються дані по темі. Оскільки інфографіка повинна відповідати критеріям науковості та об'єктивності, необхідно брати дані з авторитетних джерел, а також зіставляти кілька джерел інформації.

Етап систематизації даних і розробки концепції. На цьому етапі відбувається відбір інформації з урахуванням концепції комунікації, розуміння зібраної інформації; формулювання основної ідеї власними словами, використання даних в різних контекстах, розбиття інформації на пов'язані частини, компіляція інформації, оцінювання зібраних даних.

Етап прототипування. На етапі прототипування створюється ескіз інфографіки. В ескізі умовно відображена обрана форма візуалізації і визначена загальна компоновка: місця розташування графіки, заголовків, способи виділення важливої інформації. Складна інформація, що охоплює великий обсяг даних, для більшої зручності сприйняття повинна бути розбита на модулі, що передають відносно автономні повідомлення.

Можна виділити три типи композиційного рішення інфографіки:

- концентрична інфографіка – найважливіший об'єкт розміщений в центрі;
- горизонтальна інфографіка – її лівий край є початковою точкою, правий – кінцевою, а композиція обмежена шириною сторінки;

– вертикальна – читається зверху вниз, що зручно для перегляду з електронних пристроїв, можна розмістити велику кількість модулів.

Можна виділити кілька видів інфографіки: просторова, часова, логічна, кількісна, комплексна. На цьому етапі здійснюється пошук адекватної візуалізації. Підбирається оптимальний вид інфографіки, потім ведеться пошук візуального рішення всередині обраного виду.

Етап реалізації прототипу. На етапі реалізації здійснюється опрацювання елементів і верстання інфографіки. Загальна концепція визначатиме властивості кожного елемента: тексту, зображень, анімації, звукового супроводу тощо. Так, характеристики візуального образу залежать від природи об'єкта зображення, яким може стати все, що завгодно: числові дані, фізичні предмети, явища, абстрактні поняття, процеси. Природа об'єктів визначає ступінь умовності зображення – чи буде воно абстрактним, символічним (передають лише суттєві характеристики) або об'єктивним (реалістичним). Виразні візуальні образи – це основа інфографіки, вони роблять її естетично привабливою і емоційною, дозволяють підключити образне і асоціативне мислення читача. Не менш важливим є в інфографіку хороший заголовок. Він повинен точно передавати головну думку і виділяти ключовий аспект представлених даних.

У цьому завданні пропонується розробити інфографіку, використовуючи систему знаків та піктограм, на одну з соціально важливих або професійних (дизайн) тем:

- динаміка зміни кількості студентів по областях України або в цілому, в світі;
- дослідження дизайн індустрії в Україні або в цілому, в світі;
- екологія;
- медицина;
- вплив спорту на здоров'я тощо.

Інфографіка проєктується двома взаємозв'язаними блоками, розміром 420 мм × 297 мм (горизонтальна орієнтація) кожний.

Завдання «Алгоритм інтерфейсу інформаційного терміналу»

Обсяг і матеріал виконання: графічна частина – 7 зображень інтерфейсів інформаційного терміналу на листі формату А3 (420 мм × 297 мм, горизонтальна орієнтація). Кольорове зображення.

Мета: ознайомити студентів зі створенням алгоритмів інтерфейсів інформаційних терміналів.

Суть завдання: на даний час інформаційні термінали набули поширення у різних галузях повсякденного життя та розраховані на взаємодію з різними соціальними групами населення. Тому розробка логічного, стилістично та композиційно гармонійного, візуально та інформаційно доступного та наочного алгоритму інтерфейсу є важливим завданням, яке потребує рішення з позицій графічного дизайну, засобів та систем візуальних комунікацій.

Інформаційний кіоск (інформаційний термінал, інфокіоск, інфомат) – автоматизований програмно-апаратний комплекс, призначений для надання довідкової інформації. Подібний кіоск (кіоск самообслуговування) призначений для надання користувачу різної інформації без залучення обслуговуючого персоналу. Інформаційні кіоски збирають на базі персонального комп'ютера, оснащеного сенсорним монітором, що встановлений в ергономічний вандалостійкий, як правило, сталевий корпус. Крім стали, корпуси кіосків виготовляються із застосуванням антивандального загартованого скла (сталініта), штучного каменю, пластику.

Галузь використання терміналів поширюється практично на всі сфери життя:

- банківські установи: банківський термінал самообслуговування, термінал;
- навчальні заклади: дитячі сади, школи, ЗВО;
- заклади охорони здоров'я: поліклініки, лікарні, стоматології, аптеки, пансіонати;
- заклади культури: музеї, галереї;

- торгівельно-розважальні центри, гіпермаркети, інші торгові організації;
- транспорт: вокзали, аеропорти, міський транспорт;
- кафе, бари, ресторани, готелі;
- міська інфраструктура;
- державні установи;
- бізнес-центри;
- спортивні центри тощо.

Таким чином у завданні пропонується до розробки інтерфейс інформаційного терміналу, що використовується у ТРЦ, громадському місці, в транспортній інфраструктурі тощо.

Відповідне проектування включає в себе наступні етапи:

1. Дослідження: проводиться збір інформації про продукт, клієнта, услугу, конкурентів або близьких аналогів.

2. Користувальницькі сценарії: створюється список завдань, які може виконувати користувач в рамках інтерфейсу. Цей етап найбільше підходить для скорочення шляху вирішення завдань користувачів в рамках інтерфейсу.

3. Структура інтерфейсу: отриманий список кроків на попередньому етапі, лягає в основу структури інтерфейсу. Стає відомо кількість екранів, їх короткий зміст і положення в загальній структурі.

4. Прототипування інтерфейсу: В прототипах планується функціонал, розташування елементів сторінок відносно один одного.

5. Визначення стилістики: після етапу дослідження і паралельно з етапами проектування відбувається визначення майбутньої стилістики інтерфейсу. Для вибору стилістики розробляється кілька наборів зображень, ілюстрацій, кнопок, шрифтових композицій, пов'язаних між собою стилістично.

6. Дизайн-концепція: покликана показати оформлення сайту і дати зрозуміти майбутній вигляд всього сайту. Якщо попередній етап визначення стилістики тільки дав направлення, то дизайн концепція покликана схрестити обраний напрям з наявним змістом інтерфейсу.

7. Оформлення всіх екранів: після затвердження дизайн концепції настає час оформлення всіх інших екранів інтерфейсу. Дизайн-концепція – це припущення як може виглядати весь інтерфейс. Коли ж черга доходить до оформлення всіх екранів, тоді і відбувається фіналізація зовнішнього вигляду: стає ясно наскільки правильно підібраний кегль або інтерліньяж, чи добре поєднується товщина ліній іконок з текстом, чи не конфліктує оформлення форм (кнопок, полів введення) з іншими елементами екрану і багато інших випадків. Планом для оформлення всіх екранів є структура і схематичний прототип інтерфейсу.

Розмір екрана інтерфейсу 1 920 × 1 080 пікселів (або пропорційно у мм). Кількість екранів – сім шт.

Слід передбачити взаємодію екранів між собою – логіку переходу від одного екрана до іншого, повернення на необхідний екран. А також візуальне виділення активного пункту меню.

Приклади алгоритму інтерфейсів інформаційного терміналу ТРЦ:

1. Головна сторінка, вибір мови.
2. Про ТРЦ.
3. Місце розташування.
4. Путівник.
5. Магазины.
6. Кафе, ресторани.
7. Розваги.

Приклади алгоритму інтерфейсів інформаційного терміналу придбання квитків:

1. Головна сторінка, вибір мови.
2. Вибір категорії (придбання квитків).
3. Вибір категорії з запропонованого меню (футбол).
4. Вибір категорії з запропонованого меню (наприклад, матчі відповідної футбольної команди).
5. Вибір матчів у відповідному місяці року.

6. Вибір квитка.

7. Придбання квитка.

Приклади алгоритму інтерфейсів інформаційного терміналу аеропорту:

1. Головна сторінка.

2. Основне меню.

3. Вибір функції.

4. Загальна інформація.

5. Карта аеропорту.

6. Інформація про магазин.

7. Огляд продукції.

2 МАТЕРІАЛИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ РОБОТИ

Завдання виконуються на комп'ютері за допомогою відповідного програмного забезпечення, такого як векторні графічні редактори («Adobe Illustrator», «Corel Draw» та ін.) та растрові графічні редактори («Adobe Photoshop» та ін.). Візуалізація розроблених графічно-шрифтових композицій, логотипів, елементів фірмового стилю тощо виконується за допомогою тоскур.

За необхідності для ескізного пошуку, якщо він на першому етапі виконується на папері, а вже потім переводиться в цифровий формат, рекомендується використовувати якісні матеріали і відповідний набір інструментів, а саме:

а) альбом – формат А4 для виконання графічного пошуку варіантів вирішення завдання;

б) олівці:

1) 6В – такі олівці призначені для виконання товстих ліній і глибоких тіней. Олівець важко заточити до гострого кінчика, виконаний ним малюнок дуже складно стирається, натомість добре розмазується і розтушовується;

2) 2В–4В – м'які олівці; вони чудово підходять для світлотіньового моделювання, розтушовування, тонового закладання великих поверхонь;

3) В – олівець посередині шкали твердості-м'якості. Ним виконують перші «підмальовувальні» штрихи з подальшим опрацюванням м'якими олівцями (2В–6В). Як найтвердіший із м'яких олівців, він використовується для промальовування деталей, фактури, виконання тонких ліній і штрихування в світлотіньових і рефлексних ділянках деталей;

4) 2Н–4Н – тверді і підвищеної твердості олівці. Такі дуже легко заточуються і призначені для виконання тонких ліній, побудови контурів, креслень, викройок, а також моделювання світлих тонів на освітлених ділянках;

в) ластик;

г) металеві лінійки, лінійки-трикутники, транспортир, лекала, гнучкі лекала.

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Куленко М. Я. Основи графічного дизайну : підручник / М. Я. Куленко ; за редакцією проф. Є. А. Антоновича. – Вид. третє, перероб. і доповн. – Київ : Кондор-Видавництво, 2015. – 544 с.
2. Курасов С. Основы композиции в дизайне среды : практический курс / С. Курасов, Е. Рузова. – М. : Изд-во «В. Шевчук», 2014. – 216 с.
3. Пулін Р. Школа дизайну : практ. посібник для студ. і дизайнерів / Р. Пулін. – М. : Манн, Іванов і Фербер, 2020. – с. 232.
4. Ян Чихольд. Новая типографика. Руководство для современного дизайнера / Ян Чихольд : [пер. с нем. Л. Якубсона]. – М. : Изд-во «Студия Артемия Лебедева», 2011. – 242 с.
5. Основы дизайнерского проектирования. Композиция, ее основные виды и категории [Электронный ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа : <http://www.dizayne.ru/txt/3sozd0106.shtml>, свободный (дата обращения 10.10.2021). – Загол. с экрана.
6. Дейлян Арманд. Реклама / Арманд Дейлян. – М. : Прогресс, 1993. – 175 с.

ДОДАТОК А

Приклади виконання завдання

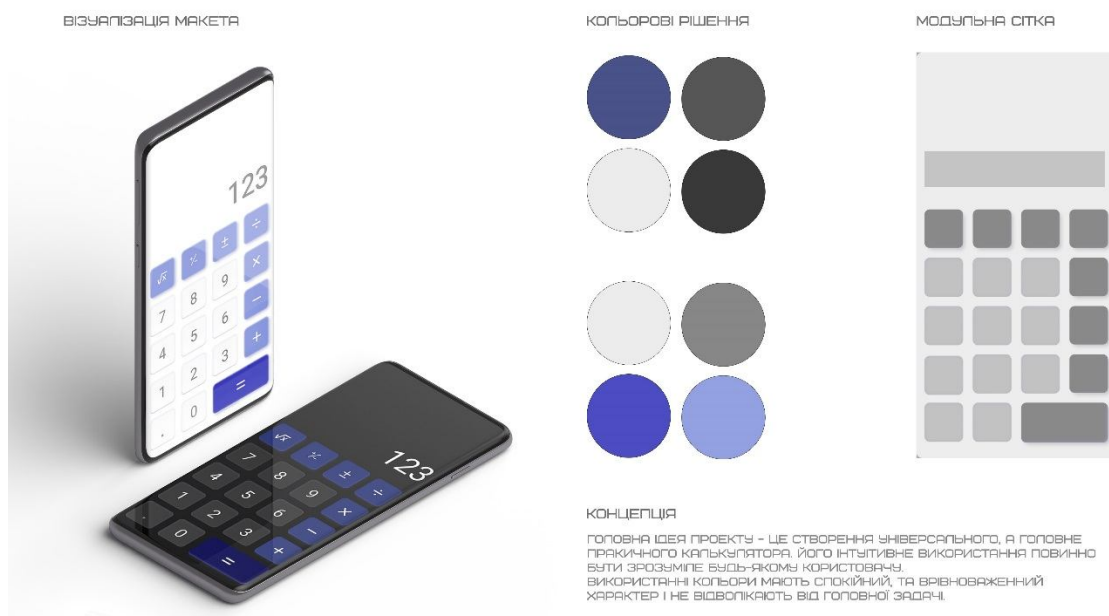


Рисунок А.1 – Розробка інтерфейсу калькулятора
(Л. Дяденчук, 2021 р.)

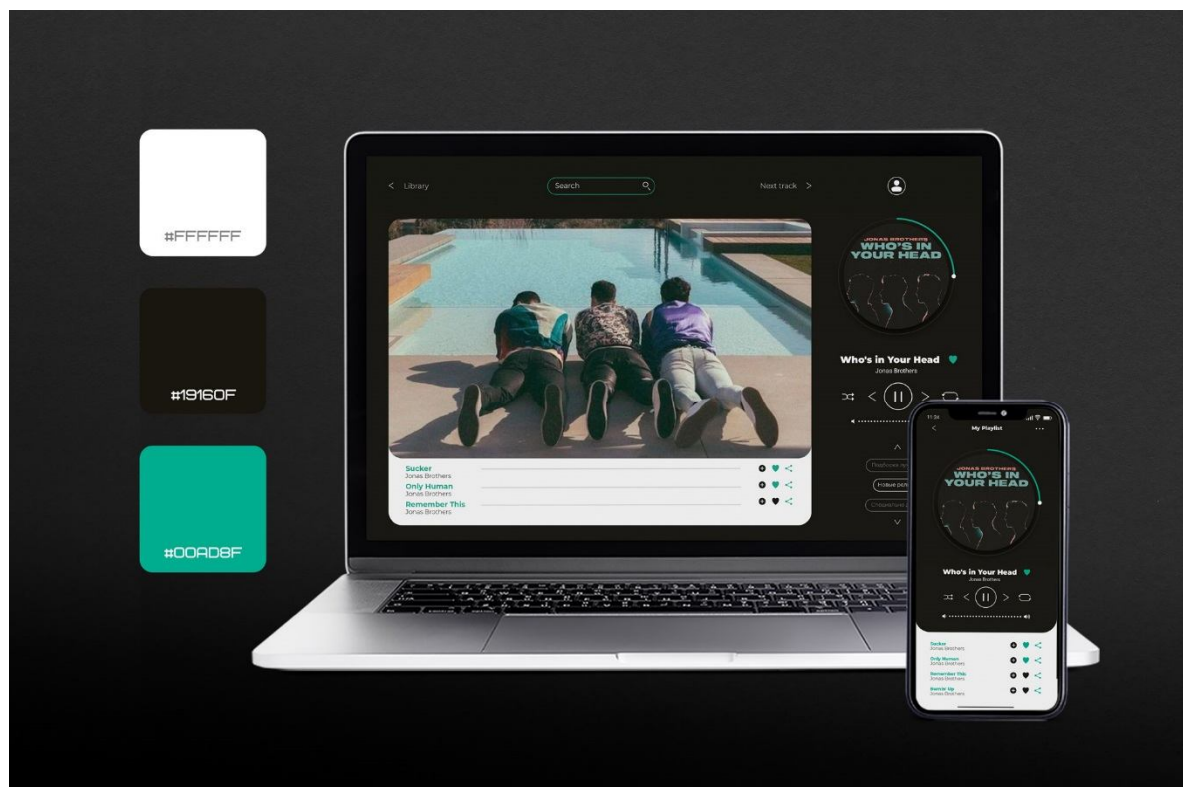
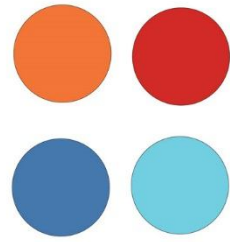


Рисунок А.2 – Розробка інтерфейсу медіаплеєру
(К. Ус, 2021 р.)

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ МАКЕТА



КОЛЬОРОВІ РІШЕННЯ



КОНЦЕПЦІЯ

ГОЛОВНА ІДЕЯ ПРОЕКТУ - ЦЕ СТВОРЕННЯ ЛЕГКИХ ДЛЯ СПРИЙНЯТТЯ, ОРГАНІЧНИХ ПІКТОГРАМ ДЛЯ ХАРКІВСЬКОГО ЗООПАРКУ. ЗА ОСНОВУ БУЛО ВЗЯТО ЗОБРАЖЕННЯ МІСЦЕВОСТІ ТА ТВАРИН, ЯКІ ТАМ ПРОЖИВАЮТЬ. БУЛО ВИКОРИСТАНО ТИПОВІ КОЛЬОРИ ДЛЯ ВИБРАНОЇ МІСЦЕВОСТІ.

Рисунок А.3 – Піктограми як система візуальних комунікацій (Л. Дяденчук, 2021 р.)

ПІКТОГРАМИ



ШРИФТ

MARKER FELT WIDE PLAIN	PHENOMENA-EXTRALIGHT
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z	A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

КОЛІР



Рисунок А.4 – Піктограми як система візуальних комунікацій (К. Ус, 2021 р.)

Бросай курить сейчас!

Что произойдет с вашим организмом, если вы бросите курить прямо сейчас



Химический состав сигаретного (табачного) дыма



Табачный дым содержит

> 400 известных химических веществ

По крайней мере

250 из них заведомо вредны для здоровья

> 50 веществ вызывают у людей рак

10 стадий восстановления организма

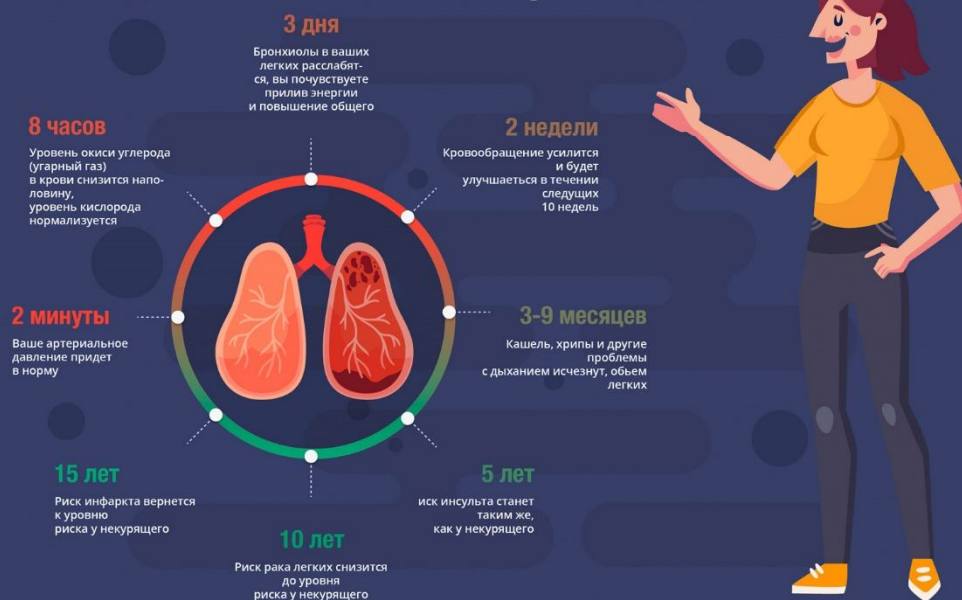


Рисунок А.5 – Инфографика – засіб візуальних комунікацій (К. Ус, 2021 р.)

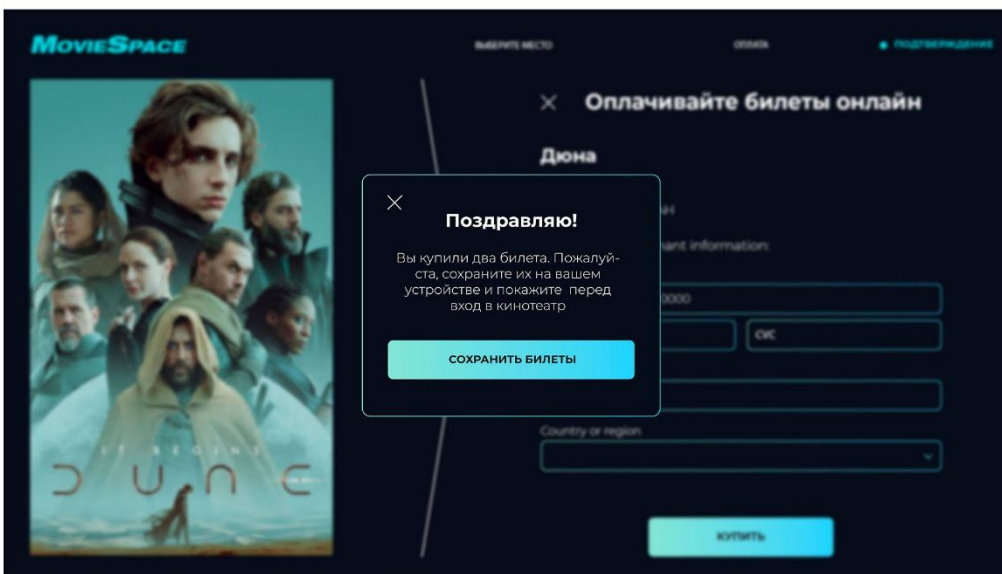
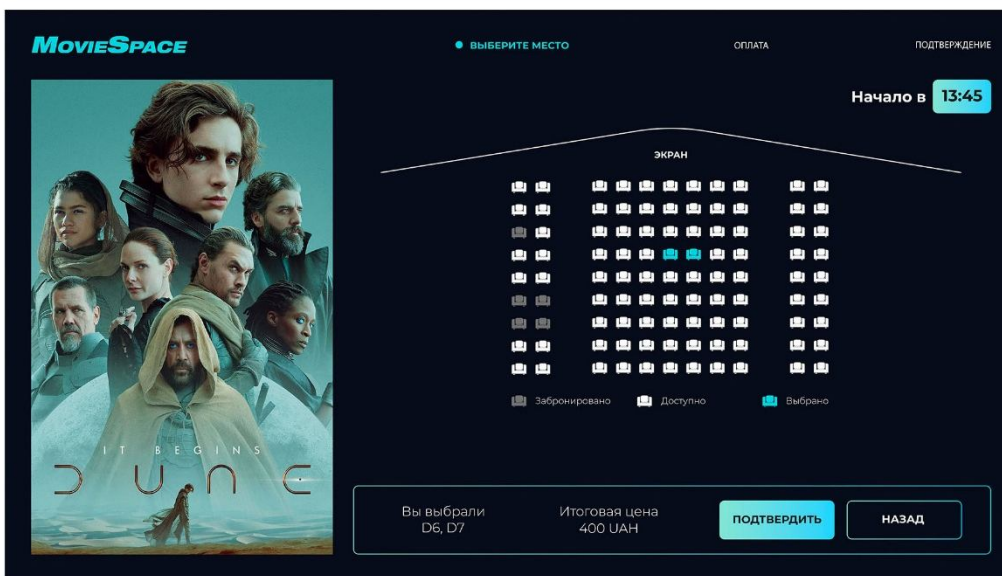
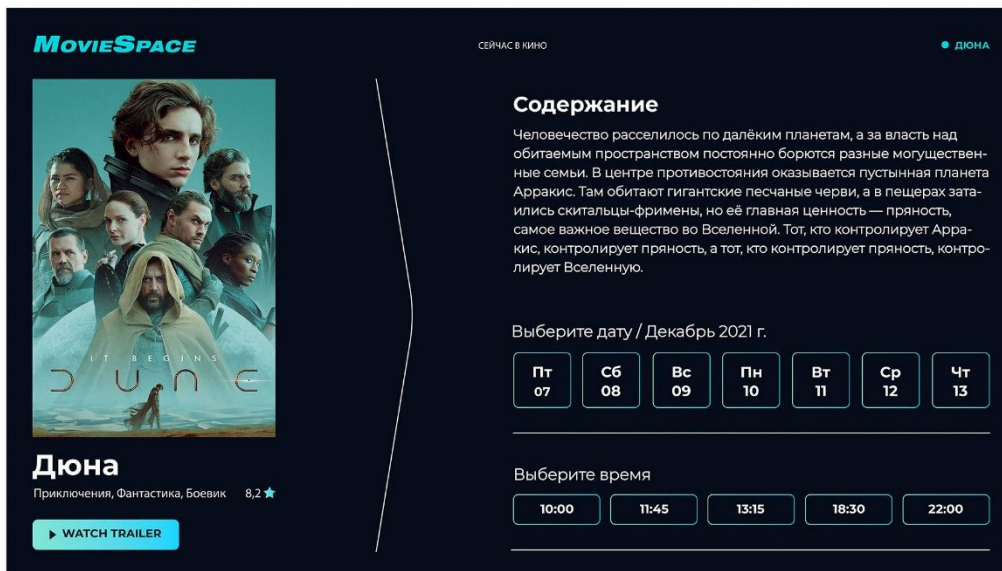


Рисунок А.6 – Алгоритм інтерфейсу інформаційного терміналу (К. Ус, 2021 р.)

Виробничо-практичне видання

Методичні рекомендації
до проведення практичних занять
та організації самостійної роботи
з навчальної дисципліни

«ВІЗУАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ У ДИЗАЙНІ»

*(для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
денної форми навчання зі спеціальності 022 – Дизайн)*

Укладачі: **ГОЛУС** Валентин Анатолійович,
ЗІНЧЕНКО Андрій Георгійович,
ЗВЕНІГОРОДСЬКИЙ Леонід Анатолійович,
ЛЕВАДНИЙ Олександр Миколайович

Відповідальний за випуск *Н. С. Вергунова*
За авторською редакцією
Комп'ютерне верстання *В. А. Голіус*

План 2021, поз. 571М

Підп. до друку 30.12.2021. Формат 60 × 84/16.
Електронне видання. Ум. друк. арк. 1,5.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК 5328 від 11.04.2017.