

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФОТОГРАФИИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Косанова Мадина

madok2000@mail.ru

Студент 4 курса ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – Г.Б.Рахимжанова

Графический дизайн в настоящее время является наиболее востребованной и доминирующей формой дизайнерской деятельности. Рекламный ажиотаж в современном обществе вызывает очень быстрое развитие рекламной отрасли, важнейшим элементом которой является проектирование визуальной, а также фотографической информации для различного рода носителей – полиграфических, телевизионных, изделия текстильной и легкой промышленности, таких как изделия костюма интерьерного текстиля и экстерьерного текстиля.

Фотография и графический дизайн – в нынешнее время, это два самостоятельно устоявшиеся отрасли работы, каждая из них требует подготовки, особых знаний и навыков.

Большинство современных дизайнерских работ той или иной степени содержит в себе фотоизображения или его элементы, поэтому можно сказать, что фотографические средства являются столь же неотъемлемой частью современного дизайна, как шрифт или графический рисунок. Фотографика широко используется для решения специфических дизайнерских задач.

От плаката и упаковки до выставок и фирменного стиля – всюду в графическом дизайне широко используется фотография. Художники и дизайнеры, которые выбрали для своего творчества фотографическую технику, активно развивают возможности нового изобразительного языка.

Цель работы – выявление принципов и методов применения фотографии в графическом дизайне, рассмотрение современных приемов использования фотографии с применением компьютерных технологий.

- рассмотреть исторический опыт внедрения фотоизображений в графический дизайн;
- проанализировать взаимодействие фотографии и графического дизайна.

История возникновения фотографии. В жизни все имеет свое начало, так и любая наука, и искусство берут свое начало где-то в глубине веков, а далее развиваются, совершенствуются образуются новые направления, новые течения. Это также относится и к фотографии, которую многие воспринимают как искусство, развитие которого напрямую связано с наукой, то есть развитие фототехники.

В первую очередь стоит начать с главного определения фотографии, оно произошло от древнегреческих слов «свет» и «пишу», то есть светопись – техника рисования светом, – это возможность создания и сохранения изображения при помощи светочувствительного материала в фотоаппарате. Если же говорить о фотографии как о виде искусства, то определение может звучать так: творческий процесс поиска и создания теоретически правильной и художественно – артистичной композиции, что в свою очередь, может и частично, но определяется видением самого фотографа.

В 1826 году француз Жозеф Нисефор Ньепс удивил многих, сделав первую в истории человечества фотографию, полученную при использовании «камеры обскуры» на оловянной пластине покрытой тонким слоем сирийского асфальта. На этой фотографии был изображен вид из окна мастерской Ж.Н.Ньепса и создавалась она в течение 8 часов, непрерывно находясь под прямым солнечным светом. Практически в одно время с Ж.Н. Ньепсом над получением устойчивого изображения работал другой француз Луи Жак Манде Дагер. В 1829 году, объединившись с Ньепсом и получив всю подробную информацию о его предыдущих опытах, Луи Дагер начинает активно работать над усовершенствованием

процесса. И в 1837 г. он достигает успеха и получает изображение при в 30 минут, используя в качестве закрепителя поваренную соль. Этот способ получает название дагеротипия. Однако в отличие от способа Ж.Ньепса копировать изображения было невозможно.

История развития фотографии продолжается и в 1850 году. Луи БранкарЭрвар находит новый тип фотобумаги – альбумидная, которая в дальнейшем использовалась в качестве основной до конца века. В 1851 году француз Гюстав ЛеГре изобрел восковые негативы, что в свою очередь пришло на смену тальботипии. Это нововведение значительно упростило процесс создания изображений на природе.

Американский банкир Джордж Истмен в 1880 году после поездки в Англию открывает в Америке свою компанию под названием «Компания сухих пластинок Истмена», которая в дальнейшем в 1888 году была переименована и зарегистрирована как компания KODAK. И в этом же году летом был выпущен первый фотоаппарат данной марки.

В 1869 году Эдвард Джеймс Майбридж создал один из первых затворов к фотокамере, который был им использован для фотографирования лошадей. Кроме того, он создал свою систему фотосъемки. В 1881 г. фотографии лошадей принесли Майбриджу всемирную известность. История фотографии продолжается дальше: в 1884 году Д.Истмен получает патент на роликтовую фотопленку на бумажной подложке и кассете, что явилось большим нововведением в процесс фотосъемки. А уже в 1888 году Д.Истмен получает патент на портативную фотокамеру, в которой размещалась запатентованная им ранее роликтовая фотопленка. И уже в 1889 году начинается массовый выпуск киноплёнок.

В наши дни, когда даже мобильные телефоны обладают встроенными фотокамерами, способными сделать достаточно хорошие фотографии, бывает сложно представить, что когда-то люди затрачивали огромное количество времени на создание всего лишь одной фотографии. Логичным результатом развития фотографии явилось превращение ее в подлинное искусство.

История применения фотографии в графическом дизайне. Появление фотографии в 1830 году практически не оказало влияния на сферу графической рекламы. Вплоть до 1922 года фотография исполняла крайне незначительную роль в рекламном процессе, несмотря на ее незаменимую для продвижения товаров способность – идеально точно отображать рекламируемые изделия.

До механизации фотопроцесса было невозможно размножить фотографии до необходимого для рекламы количества по рентабельной цене. Даже с появлением ранних техник репродуцирования, таких как фотогравюра и фотолитография, каждое отдельное фотоизображение приходилось печатать отдельно и вручную наклеивать на основной печатный носитель рекламы. Только в начале XX века с изобретением офсетной печати фотография, наконец, заняла свое место в рекламном процессе. Один из первых опытов применения фотографии в рекламе (1825 год) представлял собой изготовленные фотоспособом визитные карточки немецкого фотографа. К сожалению, по причине плохой техники фиксации фотоизображений того времени, ни одна из них не сохранилась. В последующее время фотографы разных стран часто прибегали к подобному рода рекламе.

Первая сохранившаяся реклама с применением фотографии относится к 1854 году и содержит текстовую информацию о продаже поместья на окраине Парижа и сопроводительную фотографию этого поместья. Реклама представляет собой небольшие рекламные карточки с вклеенной вручную фотографией, которые распространялись среди предполагаемых покупателей поместья.

Одним из первых рекламных плакатов, в котором была включена фотография, считается плакат, сообщающий о вознаграждении в 100 тысяч долларов за информацию об убийцах президента США Абраама Линкольна. Каждый плакат содержит три небольшие вклеенные фотографии предполагаемых убийц.

В это же время фотография активно применяется в рекламных каталогах, в основном, в области военной промышленности. Например, французский фотограф Лафон был нанят фирмой Хочкинс для документальной съемки и печати большого количества фотографий корабельных пулеметов и скорострельных ружей. В результате его работы был создан

полный иллюстрированный каталог продукции, выпускаемой в 1870 году, который выгодно отличался от каталогов конкурентов наличием не только технической информации, но и фотографиями оружия в руках у французских солдат и моряков.

Первым, рациональным, а главное практически не ограниченным по количеству возможных копий явилось изобретение Уильяма Генри Фокса Гальбота, а именно, негативный процесс, калотипия, изобретенная им в 1841 году. Суть процесса сводится к получению первоначального, негативного изображения на специальной бумаге, после чего можно было получить позитивное изображение засветив носитель светочувствительного слоя через негатив.

Впоследствии специальная бумага была заменена стеклом, а потом и органическим прозрачным пластиком.

С изобретением негативного процесса фотографию начинают применять в качестве книжных иллюстраций и в качестве изобразительного элемента в рекламном графическом дизайне.

Основы дизайна для фотографов. Есть фотографии, заставляющие вас остановиться и вглядываться в каждую деталь, и те, которые не вызывают ни малейшего интереса. А все потому, что, вопреки расхожему мнению, в фотографии все-таки есть свои правила. Такие понятия, как правило третей или Золотое сечение, являются ярким примером формул, которые ведут к успеху.

В процессе съемки много раз делается творческий выбор – что снимать, как кадрировать снимки. В этом смысле человек становится дизайнером и создает конечный результат. Именно здесь и вступают в дело элементы и принципы дизайна, которые помогают обосновать свои решения с дизайнерской точки зрения.

Элементы дизайна, применяемые в фотографии: Цвет. Умелое использование цвета (или цветовых акцентов) – достаточно сильный прием, способный пробудить у зрителя множество эмоций. Цвет производит такое мощное впечатление именно потому, что обычно люди не очень-то обращают на него внимание. Посредством цвета фотография передает громкие послания, с которыми стоит поэкспериментировать.

Геометрия. Не следует путать геометрию и форму. Геометрия в фотографии относится к двумерным объектам. Например, если вы фотографируете деревья на фоне заката и при этом их очертания четко видны, – это фотография с акцентом на геометрии. Работа с геометрией изображения не затрагивает глубину и тени.

Текстура. С помощью правильного освещения можно оживить любую текстурную поверхность. Как и геометрия изображения, текстура также очень зависит от типа освещения. Вся суть текстуры – в деталях, поэтому снимайте крупным планом фотографии интересных текстур, подчеркивая с помощью света их уникальность.

Пространство. Существует два типа пространства – позитивное (основное) и негативное (вспомогательное). Подумайте о том, как можно задействовать пространство, чтобы добавить в ваши снимки эмоций и драматизма. Вы, к примеру, можете использовать небольшое негативное пространство, чтобы выделить объект съемки и заставить его казаться больше, чем на самом деле. Точно так же можно использовать большие пространства, чтобы объекты казались меньше своего размера. Эксперименты с этим типом композиции придадут вашим работам художественный эффект и сделают их запоминающимися.

Форма. Форма отличается от геометрии тем, что больше сосредоточена на трехмерном положении объекта. То, как свет взаимодействует с объектом и освещает его, будет определять эстетическую привлекательность фотографии. В этом примере вы можете наглядно оценить причудливые изгибы и удивительную красоту каменных глыб – благодаря тому, как свет подчеркивает их формы.

Принципы дизайна, применяемые в фотографии: Целостность/гармония. Целостная или гармоничная фотография снята и скомпонована настолько хорошо, что ни один ее элемент не кажется лишним или ненужным. Целостность или гармонию можно выразить посредством простоты или совмещения разных элементов, формирующих одно гармоничное целое. Это достаточно абстрактный принцип, который сложно уловить, поэтому легче будет объяснить его на следующем примере. Вы можете по-разному обрезать этот снимок, и каждый раз у вас

будет получаться идеальное изображение, потому что в нем все целостно и гармонично.

Баланс. Баланса можно добиться множеством способов, ведь это не означает, что снимки должны быть идеально симметричными. Баланс в фотографиях может быть достигнут через асимметрию, радиальную центровку, пропорцию и т. д.

Иерархия. Хорошим примером иерархии является Золотое сечение. Иерархия – это стиль композиции, который ведет зрителя по изображению. Визуальная иерархия достигается через демонстрацию элементов фотографии согласно их важности. Таким образом, ваши зрители воспринимают и замечают каждую деталь снимка в порядке ее значимости.

Пропорция. Пропорция – это самый веселый и забавный принцип дизайна для экспериментирования в фотографии. С помощью пропорции вы можете менять соотношение объекта ко всему изображению. И не забывайте о правиле третей, которое визуально уравнивает фотографии.

Акцент. Визуальный акцент достигается через игру с глубиной поля резкости. Акцент можно использовать для создания доминирующего объекта фотографии, чтобы отвлечь внимание зрителя на определенные элементы изображения. Чтобы достичь художественного эффекта, акцент можно получить и посредством симметрии.

Контраст. Самые яркие примеры контраста изображений можно увидеть в чёрно-белой фотографии, где равновесие чёрного и белого создает визуально оглушающий эффект. Вы можете прорабатывать контраст, фотографируя цвета, противоположные друг другу на цветовом круге. Контраст между размерами и различными элементами, а также светлыми и темными частями изображения может значительно повысить качество фотографий и сделать их визуально интереснее.

Дизайнеры уже давно работают с фотографией. В их творческой практике наблюдается как использование материала, созданного специалистом, так и собственноручная съемка. Однако фотограф и дизайнер воспроизводят реальность в различных визуальных системах. Фотограф имеет «фотографический глаз», он оперирует завершенным кадром, отдельно индивидуализированным изображением, которое рассчитано на то, чтобы рассматривать его как самооценочный объект.

Для дизайнера же снимок (если поставленная задача не предусматривает простую фотографическую вставку) представляет собой один из многообразных средств выразительности, которыми он владеет, и, если это необходимо, он может адаптировать фотоизображения до дизайнерского продукта. В процессе съемки дизайнер может задумать способ использования фотографии и получить приближенный к исходной идеи результат. Однако отсутствие фотографических навыков видения, умение создавать и понимать язык светописи очень усложняет этот процесс.

Список используемой литературы

1. Фотография в современном дизайне. URL: <http://www.photovision-club.ru/ar250-page3.html>
2. Роль фотографии в веб-дизайне. URL: <https://idg.net.ua/blog/rol-fotografii-v-veb-dizajne>
3. Принципы и методы фотографии в рекламном графическом дизайне. URL: <https://www.dissercat.com/content/printsipy-i-metody-fotografii-v-reklamnom-graficheskom-dizaine>