

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КОМПОЗИЦИИ ПОЛОСЫ И РАЗВОРОТА ИЗДАНИЯ

ЛЕЖАНСКАЯ П. В.

КОМПОЗИЦИЯ

Композиция – целенаправленное построение целого, где расположение и взаимосвязь частей обуславливаются смыслом, содержанием, назначением и гармонией целого.



КОМПОЗИЦИЯ

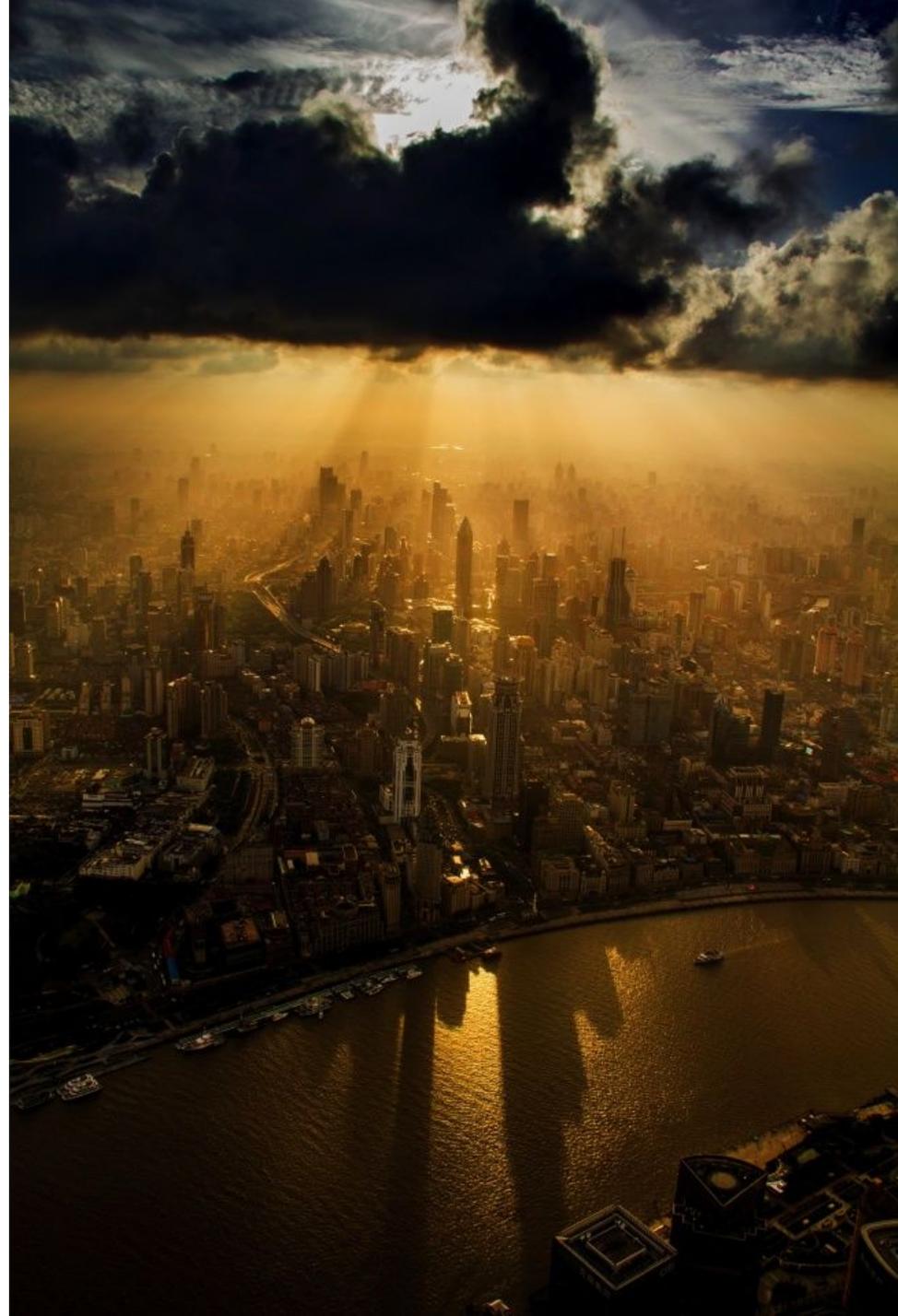
Слово «композиция» происходит от латинского «compositio» что означает – сочинение, составление, связь, сопоставление. Греческое прочтение этого слова изначально подразумевает не просто «ком» – единое, цельное, тесное, «поз» – положение, но прежде всего близкое, интимное, т. е. действие являющееся выражением внутреннего духовного состояния человека.



КОМПОЗИЦИЯ

Все вышеуказанные значения определенным образом присутствуют в современном понимании композиции, поскольку, если речь идет о композиции, то всегда имеется в виду:

- **некая целостность;**
- **наличие сложного строения, содержащего противоречия, приведенные к гармоническому единству благодаря системе связей между элементами.**



КОМПОЗИЦИЯ

Композиция – это средство организации информации и средство построения художественной формы.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Доминанты (от лат. dominans – главный, господствующий) – наиболее важные, самые заметные, привлекающие максимум внимания компоненты среды. Как правило, они крупнее остальных, активнее по цвету, пластике и выделяются на фоне других слагаемых композиции большинством визуальных параметров. Они же концентрируют и содержательные характеристики среды, как функциональные, так и эмоционально-эстетические.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Акценты (от лат. *accentus* – ударение) – заметно отличаются от усредненных впечатлений о среде одним или ограниченной группой визуальных параметров – размером, цветом, силуэтом и пр. Своим расположением акценты отмечают наиболее существенные в художественном или функциональном плане места средовой ситуации, обычно они группируются в тесно связанные системы, поддерживающие композиционный смысл доминанты.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Фон – основная масса слагаемых среды, образующих «поле» средовой деятельности, «бассейн» ее восприятия; олицетворяет некое усредненное, обобщенное функционально-художественное содержание средового объекта, на котором хорошо различаются визуальные характеристики акцентно-доминантного ряда. Обычно именно фоновые элементы формируют базовый признак средового решения – его «пространственное тело».



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Силовое поле – воображаемые «силовые линии», показывающие условные направления концентрации визуальных связей между художественно значимыми слагаемыми среды. Различаются оси пространственные, и отмеченные цепочкой материальных тел, в композиции все они подчеркивают направления внимания зрителя, подсказывают ориентацию движения в среде, могут иметь криволинейные очертания.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Гармония (от греч. harmonia связь, стройность, соразмерность) – противопоставленное неорганизованности, хаосу непротиворечивое единство сливающихся в ансамбль впечатлений от слагаемых композиции. Эта категория означает отсутствие в поле зрения элементов и деталей, раздражающих глаз, «выбивающихся» из ансамбля.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Другими словами, понятие о гармонии предполагает органичное согласованное освоение общей системы образов окружающих нас предметов и пространств от частных впечатлений и их группировок до представления об их синтезе в образе всей системы. Считается, что всего принципов гармонизации, определяющих формальное совершенство композиционной структуры – пять:

- повторяемость свойств целого в его частях (введение какого-либо признака целого – цвета, конкретной формы и пр. – в его основные элементы);
- соподчиненность частей (выделение главных, второстепенных и дополнительных или нейтральных элементов);
- соразмерность пропорциональная или ритмическая;
- уравновешенность частей целого (условное «равновесие» разных фрагментов общей картины относительно осей композиции);
- синтез предыдущих признаков в единстве визуальной организации объекта.

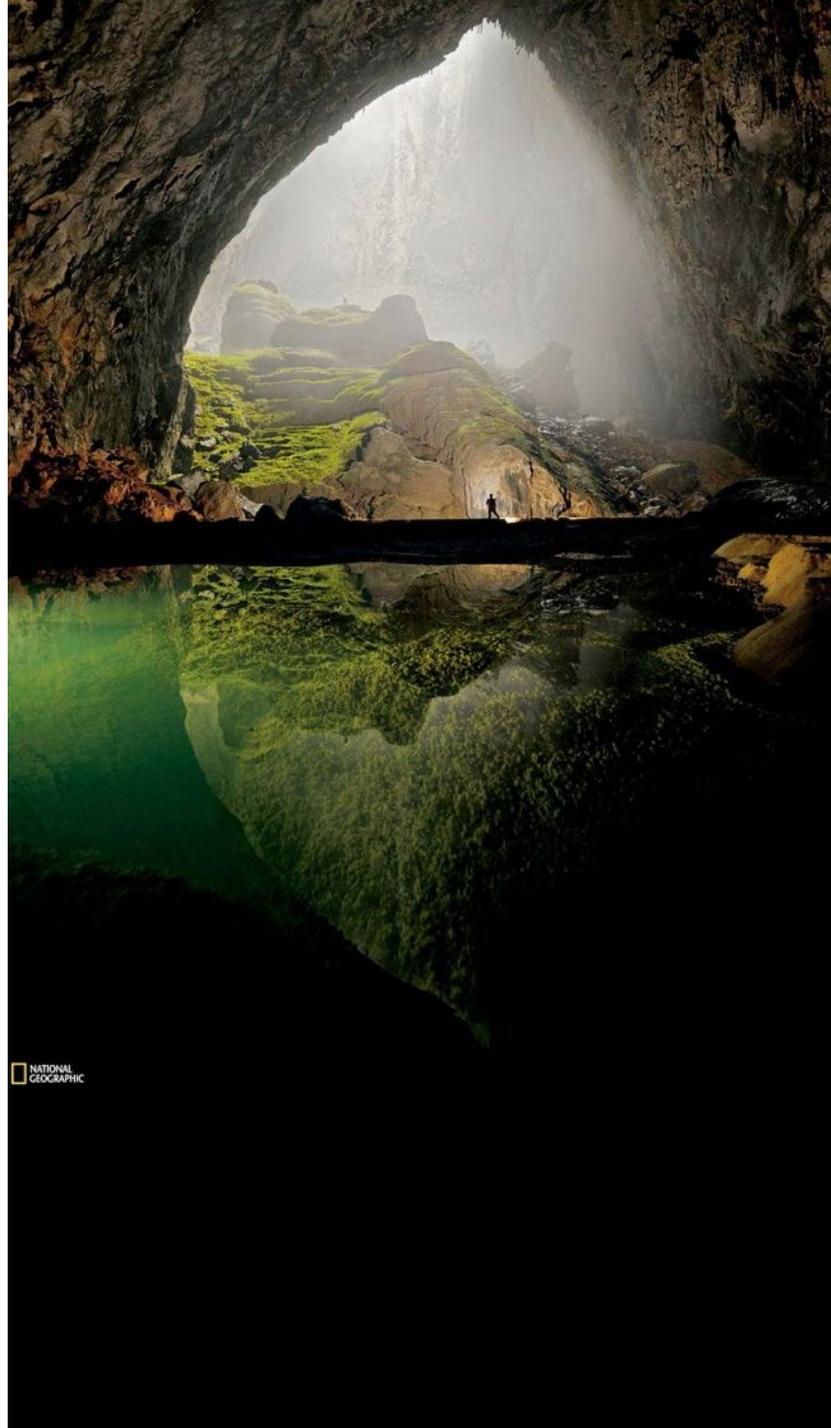
ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Целостность формы отражает логику и органичность связи конструктивного решения изделия с его композиционным воплощением. Конструктивные элементы изделий (в нашем случае изданий) необходимо объединить не только технически, но и композиционно, представив любую структуру как гармоничную целостность. Целостность формы отражает многие свойства композиции и носит как бы общий характер. Организация формы тем сложнее, чем сложнее форма отдельных элементов и связи между ними.



ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОМПОЗИЦИОННОГО ЦЕЛОГО

Уравновешенность – такое состояние формы, при котором все элементы сбалансированы между собой. Оно неадекватно простому равенству величин, зависит от распределения основных масс композиции относительно ее центра (существуют разные толкования понятия «центр композиции», однако в большинстве случаев оно трактуется как место сосредоточения основных, важнейших связей между всеми элементами).



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Симметрия – одна из наиболее ярких и наглядно проявляющихся категорий композиции, с помощью которой организуется форма предмета или композиции, где элементы расположены правильно относительно плоскости, оси или центра. В симметрии очень широк диапазон возможностей и аспектов художественной выразительности. Придавая композиции торжественность, равновесие и порядок, в то же время симметрия не мешает выражению экспрессии и динамики формы.



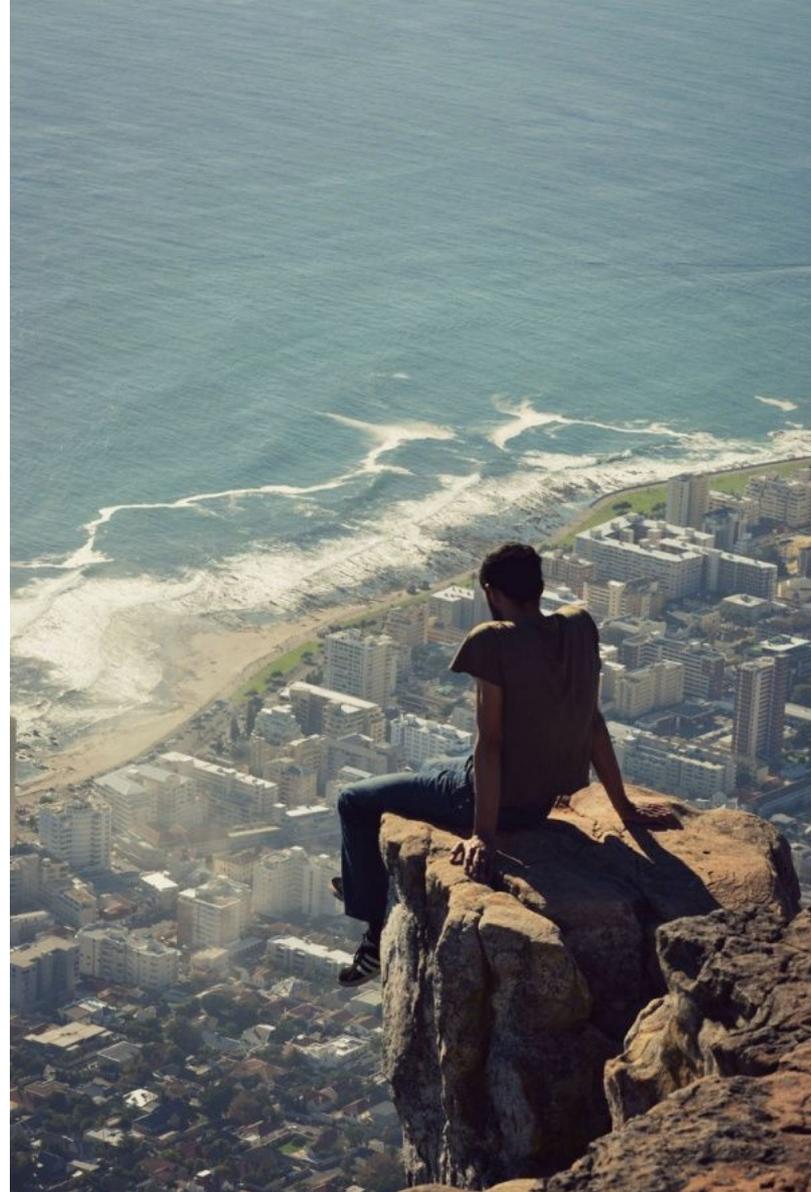
КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Асимметрия – принцип организации, который основывается на динамической уравновешенности элементов, на впечатлении движения их в пределах целого. Асимметрия – это отсутствие симметрии. Это вовсе не значит, что при этом может отсутствовать и равновесие композиции. Формы – их характер, размеры, расположение в пространстве должны быть подчинены зрительному равновесию. Симметричная форма воспринимается легко и сразу, асимметричная читается постепенно.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Масштабность – наиболее сложная категория композиции. Понятие масштабности пришло из архитектуры. Оно основано на сопоставлении величины рассматриваемого предмета и наших представлений об этой величине. Произвольно увеличивать или уменьшать изделие, имеющее какой-либо функциональный или художественно-эстетический смысл, нельзя. Человеку свойственно стремление связывать все создаваемое им с определенной величиной. Отклонение от этого вызывает внутренний протест, а вместе с ним и эстетическую неудовлетворенность.



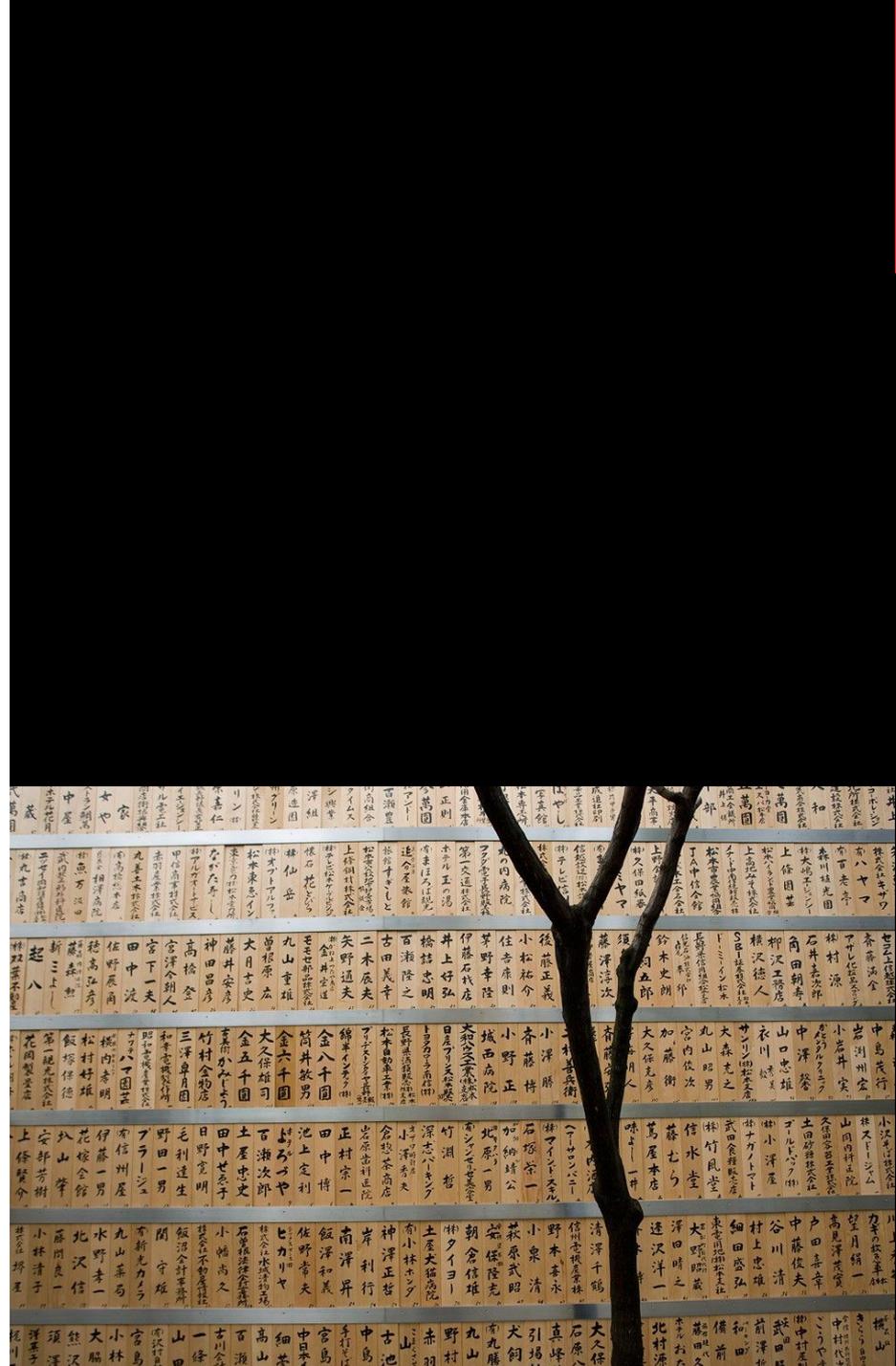
КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Пропорции – одна из классических категорий композиции, с помощью которой достигается организованность формы. Масштаб и пропорции неразрывно связаны между собой. Пропорция – это равенство двух отношений. Размерные отношения элементов формы – это та основа, на которой строится вся композиция.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Ритм – равномерное чередование размерных элементов, порядок сочетания линий, объемов, плоскостей. Закономерность, на которой основан ритм, выражается в постепенных количественных изменениях в ряду чередующихся элементов - в нарастании или убывании чередований, объема или площади, в сгущениях или разрежениях структуры, силы тона и т. п. Ритм проявляется, таким образом, в закономерном изменении порядка.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Контраст – резкое отличие предметов по тем или иным свойствам (размерам, форме, цвету, светотени и т. д.), резко выраженная противоположность: длинный – короткий, толстый – тонкий, крупный – мелкий. Контраст – противопоставление, борьба разных начал в композиции. В контрасте преобладает различие над сходством. Сущность композиции, построенной на контрасте, – в активности ее визуального воздействия: в отличие от нюансных отношений контрастные отношения раскрываются сразу, если они умело использованы.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Нюанс – незначительные отличия предметов по каким-либо свойствам. В нюансе больше сходства, нежели различия. Нюанс сглаживает монотонность и жесткость формы в построении композиции. Нюансные отношения характерны для более камерных, лирических произведений.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Тождество – это равенство, совпадение одного или нескольких объективных свойств у различных форм.



КАТЕГОРИИ КОМПОЗИЦИИ

Цель применения описанных категорий и средств – комплексная эстетическая организация материально-конструктивных и визуальных слагаемых вещи (газеты, промышленного изделия, средовой системы и пр.) как результат формообразующей деятельности.



СЕМИОТИКА

Семиотика, или **семиология**, – наука, исследующая свойства знаков и знаковых систем (естественных и искусственных языков).

Семиотика выделяет три основных аспекта изучения знака и знаковой системы:

- **синтаксис** (синтактика) изучает внутренние свойства систем знаков безотносительно к интерпретации;
- **семантика** рассматривает отношение знаков к обозначаемому;
- **прагматика** исследует связь знаков с «адресатом», то есть проблемы интерпретации знаков теми, кто их использует, их полезности и ценности для интерпретатора.

СТРУКТУРА КАТЕГОРИЙ И СРЕДСТВ КОМПОЗИЦИИ

Синтаксис

Категории:

организация;
хаос;
структура;
элемент;
ритм;
пропорции;
симметрия;
асимметрия;
масштабность;
контраст;
нюанс;
тождество;
комбинаторика.
Отношения частей композиционного целого:
силовое поле;
взаимодействие;
уравновешенность;
целостность;
доминанта;
направленность;
мера;
гармония;
акценты;
фон.

Средства:

точка;
линия;
пятно (плоскость);
объем;
фактура;
цвет;
светотень.

Семантика (значение)

Формальные свойства действительности:

большое – малое;
легкое – тяжелое;
длинное – короткое;
широкое – узкое;
толстое – тонкое;
острое – тупое;
высокое – низкое;
быстрое – медленное;
светлое – темное;
мягкое – твердое;
прямое – изогнутое;
прозрачное – непрозрачное;
громкое – тихое;
гладкое – шершавое;
спокойное – беспокойное;
много – мало;
сплошное – прерывистое;
неподвижное–движущееся;
жидкое – твердое;
сладкое – кислое;
сильное – слабое;
холодное – теплое;
устойчивое – неустойчивое и т. д.

Прагматика (прагматический смысл)

Средства выражения смысла:

аллегория;
гипербола;
гротеск;
метафора;
сравнение;
ирония;
аллюзия;
антитеза;
стилизация;
ретро стилизация.

ФОТОГРАФИКА

При анализе дизайна издания с точки зрения фоторедактора учитывается взаимодействие фотографии, текстового содержания материала (статьи, очерка и пр.) и возможных графических (рисованных) элементов. В графическом дизайне сочетание фотографии, текста и рисунка называется фотографией. Знания о фотографии и её особенностях с определённой долей интерпретации можно использовать для практических целей при оценке композиции полосы и разворота издания.



ФОТОГРАФИКА

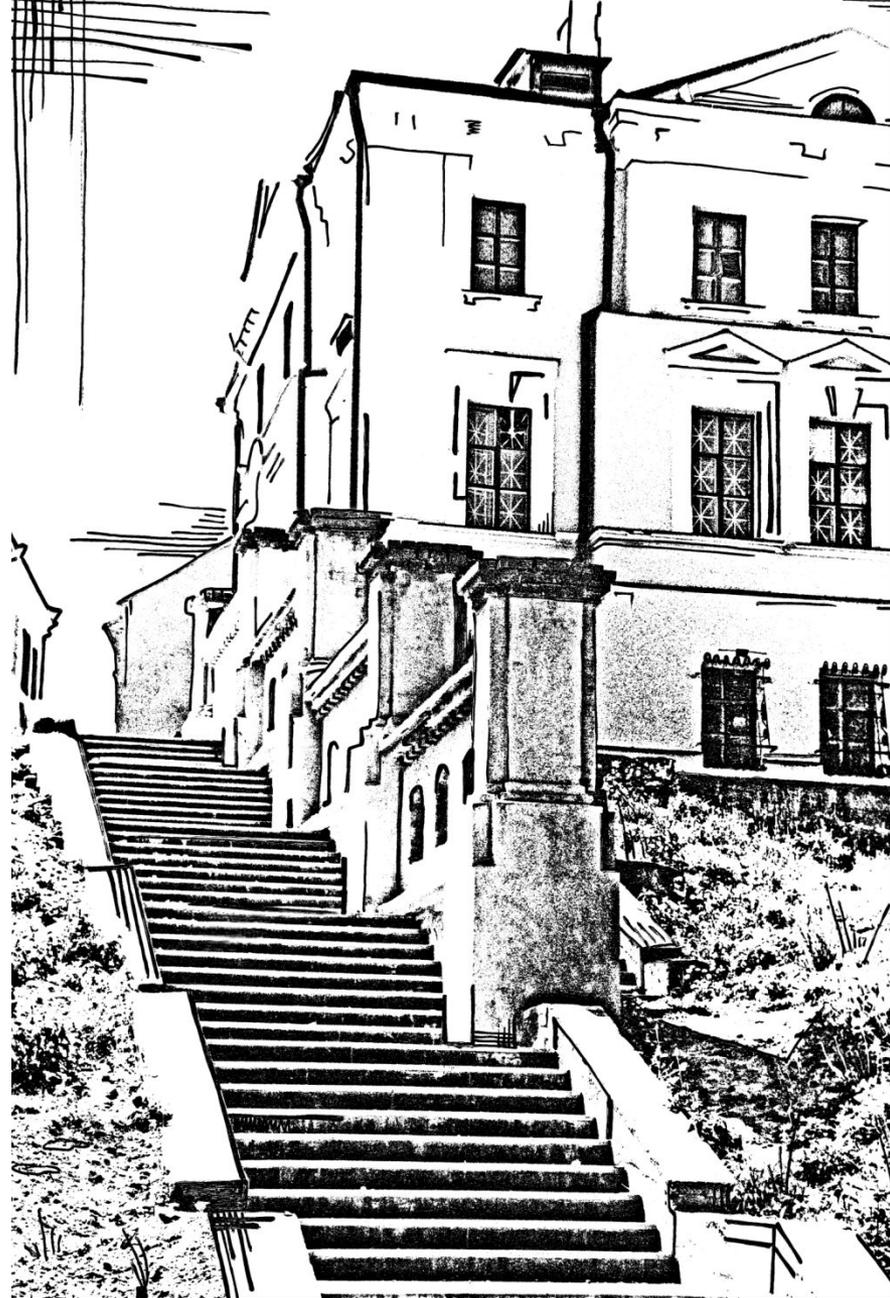
Термин «фотографика» впервые появился в теории аналоговой фотографии в 1930-е гг. (Ян Булгак) и впоследствии претерпел изменение смысла:

- Изначально термин использовался для обозначения художественного направления фотографии в отличие от бытового, документального и научного.



ФОТОГРАФИКА

- Затем под фотографией стали понимать сумму всех специальных техник съёмки и обработки фотоматериала.



ФОТОГРАФИКА

- Это позволяло любую фотографию, снятую или напечатанную необычным образом, относить к фотографии.



ФОТОГРАФИКА

Теорией дизайна термин был заимствован из фотографии в конце 1970-х годов, но так и не получил однозначного толкования и в настоящее время под фотографикой в разных ситуациях понимаются:

- **область графического дизайна;**
- **специфическое средство графического дизайна;**
- **специфическая техника обработки фотоизображений для целей графического дизайна;**
- **способ декорирования продуктов производства с помощью фотографии;**
- **конечный продукт дизайна, в котором доминирующим изобразительным средством является фотография.**

ФОТОГРАФИКА

Фотография – это один из способов передачи информации посредством визуальных образов, полученных фиксированием изображений предметов на светочувствительных материалах с помощью света, отраженного или излучаемого этими предметами, с использованием фотоаппаратуры и обработанных специальным образом (химическим и/или электронным) в соответствии с целями воздействия и коммуникации и дополненными в большинстве случаев вербальной составляющей, распространяемых с помощью различных каналов передачи данных на различных видах носителей информации.

ФУНКЦИИ ФОТОГРАФИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

Информационно-коммуникативные функции фотографии в графическом дизайне имеют специфическое прочтение, обусловленное документальностью фотографии:

- **функция визуализации с высокой степенью документальности** – фотографика облегчает потребителю восприятие сообщения, уменьшает время, требующееся потребителю для переработки поступающей информации;



ФУНКЦИИ ФОТОГРАФИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

- **функция быстрого привлечения внимания** – формально динамические характеристики сообщения (технические, художественные, графические, и другие средства оформления фотографии) в силу изначальной установки на коммуникацию ориентированы на создание стоп-эффекта, то есть первичное обращение внимания потребителя на сообщение, которое потом будет воспринято в полном объёме;



Спешите, пока мы их держим!

Предельно низкие
цены Volkswagen



Das Auto.

ФУНКЦИИ ФОТОГРАФИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

- **функция оперативной детерминации** – легко воспринимаемый визуальный ряд фотографии апеллирует к разным группам потребителей, которые затрачивают меньшее усилие для идентификации себя как потенциального целевого потребителя сообщения в корреляции со своей потребностью и информацией, представленной в сообщении;



ФУНКЦИИ ФОТОГРАФИКИ В ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ

- **функция эмоционально-психологической выразительности** – доносит до потребителя образ сообщения, ориентируя и подготавливая его к «требуемой» эмоционально-психологической оценке сообщения.



спортмастер

Что делает эту зиму комфортной и радостной? Новая яркая куртка или манящий сверкающий снег? Удобная экипировка или захватывающий спуск? Решать вам. А мы поможем подобрать **правильные... ощущения!**

Минск, ул.Я.Коласа, 39
Тел.: 211.33.33
www.sportmaster.ru

Эмоции в подарок!

Лицензия МТУК №0000171080. Выдана 20.05.2004 на 21.05.2009.

ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

Четыре признака характеризуют изображения фотографии.

1. Степень сопряжённости фотоизображения и вербального текста позволяет выделять изображения:

- полностью сопряжённые (изображение адекватно без потерь и переноса смысла передаёт содержание вербального сообщения);



ИЩЕШЬ?
ДИВАН

ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

1. Степень сопряжённости фотоизображения и вербального текста позволяет выделять изображения:

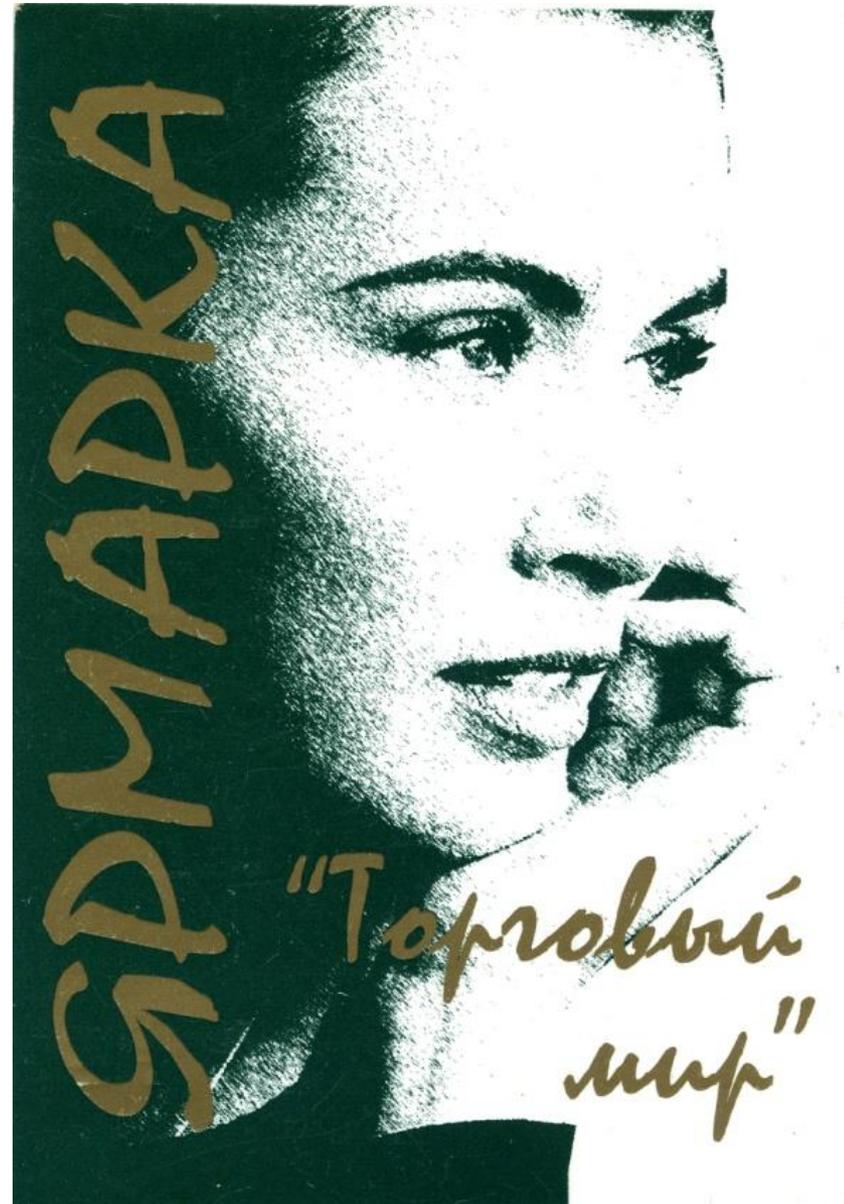
- **частично сопряжённые (изображение частично связано с вербальным сообщением и требует для своего понимания включённости воспринимающего субъекта в ассоциативные и смыслообразующие приёмы, с помощью которых изображение связано с вербальным сообщением);**



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

**1. Степень сопряжённости
фотоизображения и
вербального текста позволяет
выделять изображения:**

- **несопряжённые (изображение
не связано с вербальным
сообщением).**



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

2. Преобладающая функция изображения позволяет выделять изображения:

- выполняющие художественно-образную функцию (изображение несёт достаточно автономную художественно-образную и смысловую нагрузку);



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

2. Преобладающая функция изображения позволяет выделять изображения:

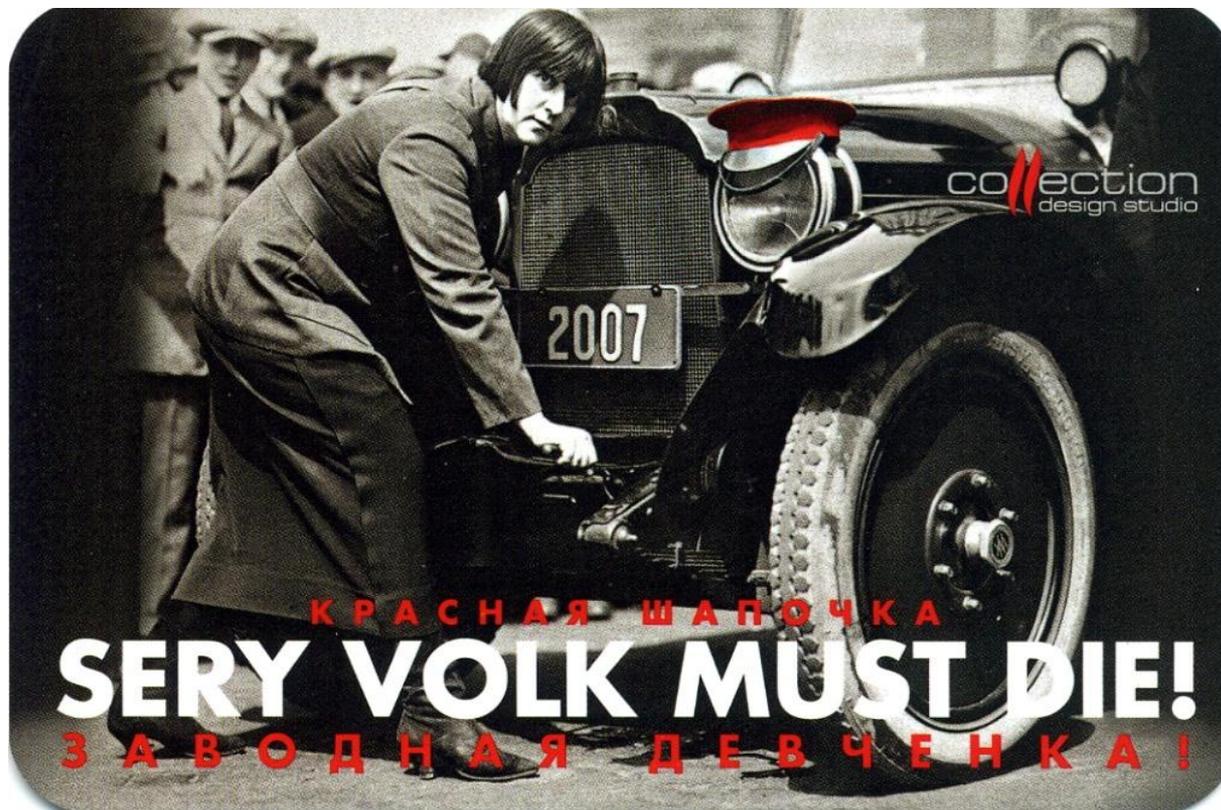
- **выполняющие декоративную функцию (изображение не несёт смысловую нагрузку);**



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

2. Преобладающая функция
изображения позволяет
выделять изображения:

- смешанные.



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

3. Степени исполнительской сложности позволяет выделять изображения:

- несложные (от одного до трёх совмещённых изображений);
- сложные (более трёх совмещённых изображений).



ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

**4. Степень соответствия
изображения реальности
позволяет выделять
изображения:**

- реалистичные
(необработанные
фотоизображения, за
исключением технической
ретуши, которые точно
передают внешний вид
объекта, соответствующий
реальности);



MACH I

ПРИЗНАКИ ИЗОБРАЖЕНИЙ ФОТОГРАФИКИ

**4. Степень соответствия
изображения реальности
позволяет выделять
изображения:**

- проекционно-графические
(сильно обработанные
фотоизображения с
преобладанием графических
элементов, вследствие чего
объект узнаётся не благодаря
документальности
изображения, а обобщённым
родовым признакам).



ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

В фотографии используются две группы приёмов: приёмы **типичные для всего графического дизайна** и **специфические приёмы фотографии**, связанные с её основным изобразительно-выразительным средством – фотографией.

В зависимости от критерия рассмотрения одно и то же изображение может содержать один или несколько как типичных, так и специфических приёмов.

ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Типичные приёмы графического дизайна:

- композиционные;
- смыслообразующие;
- коммуникационные.

Специфические приёмы фотографии:

- изобразительные;
- монтажные.

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Композиционные приёмы. Это приёмы высшего уровня. Они характерны для плоскостных изобразительных произведений (уравновешивание, создание динамичной или статичной композиции и пр.). Применяются как в двумерных продуктах фотографии, так и в объёмных, имеющих грани, поверхности вращения, плоскости, находящиеся в различных положениях одна относительно другой, на которые наносятся изображения фотографии.

Общее композиционное решение основывается на фотоизображении, как наиболее привлекающей части, однако на него оказывают влияние текст и рисунок в случае их наличия.

СМЫСЛООБРАЗУЮЩИЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Смыслообразующие приёмы. Основаны на связи типов смыслообразования с логическими принципами и композиционными приёмами построения изображения.

К ним относят:

синонимию; метафору; метонимию; антонимию;
гиперболизацию; гротеск; символизацию; аллегория;
стилизацию; метаморфозы зрительных образов;
символизм; серийность; логографику; абсурдизацию;
синтез.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Коммуникационные приёмы. Это приёмы представления главного объекта либо сути сообщения потребителю. Цель их применения - передать смысл сообщения доступными изобразительными и композиционными средствами. В фотографии реализуются с преобладанием фотографии, тогда как собственно в графическом дизайне могут быть реализованы другими средствами. Применяемые фотографические изображения придают этим приёмам характерные черты, например, стремление к документальной достоверности изображаемого объекта.

Коммуникационные приёмы рассмотрены на примере только основной изобразительной составляющей фотографии, а именно фотографии, используемой как отдельно, так и в различных комбинациях. Выделяют ряд коммуникативных приёмов.

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Главный объект. Используется, если главный объект является носителем основного смысла или его значительной части. Для понимания сути сообщения нет нужды в дополнительных изображениях. В случае отсутствия текста изображение истолковывается в контексте восприятия, либо воспринимается как декоративный элемент. Имеет две разновидности: главный объект размещён на однородном фоне либо главный объект размещён на неоднородном не привлекающем внимания фоне.

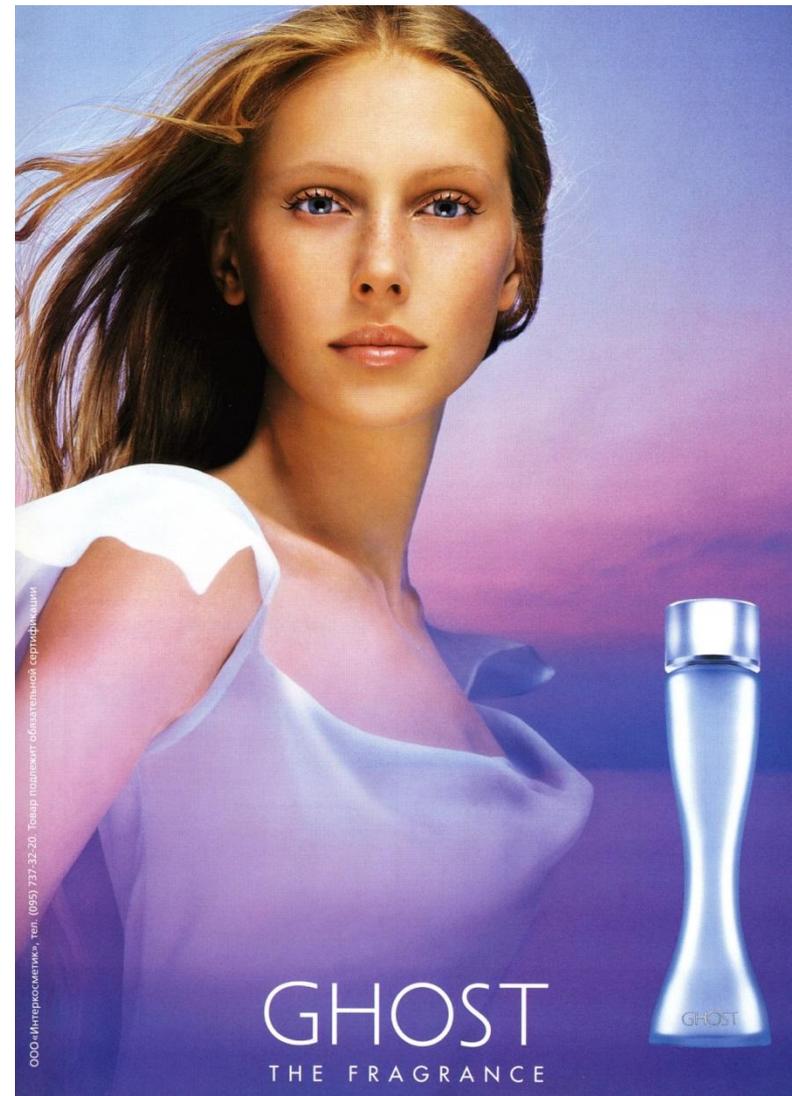


Прайс-лист



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Главный объект с акцентом на дополнительной детали.
Обладает большей информативностью по сравнению с предыдущим, позволяет использовать ассоциативные связи. Широко представлен в рекламной фотографии, где позволяет одновременно демонстрировать объект рекламы и преимущества, связанные с ним.



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Смысловой акцент на функциональном использовании главного объекта. Ориентирован на создание «инструкции об использовании» изображённого объекта. Вербальная составляющая фотографии бывает дополнительной или автономной по отношению к фотоизображению. Увеличивается общая информационная ёмкость сообщения, однако его невозможно применять для всех классов объектов.

It loves a moving target.



EOS 300V

With the fastest Auto Focus system in its class*, the EOS 300V SLR captures swiftly moving subjects with ease. But the technological advances don't stop there. Whatever the situation, however demanding the shot, this camera comes ready and prepared.

- ▶ 7-point wide-area Auto Focus to capture off-centred objects
- ▶ AF Point-linked 35-zone evaluative metering for precise exposure control
- ▶ Large illuminated LCD panel - displays comprehensive information for every shot
- ▶ 12 shooting modes allow complete creative control
- ▶ Ergonomic grip for single-handed operation

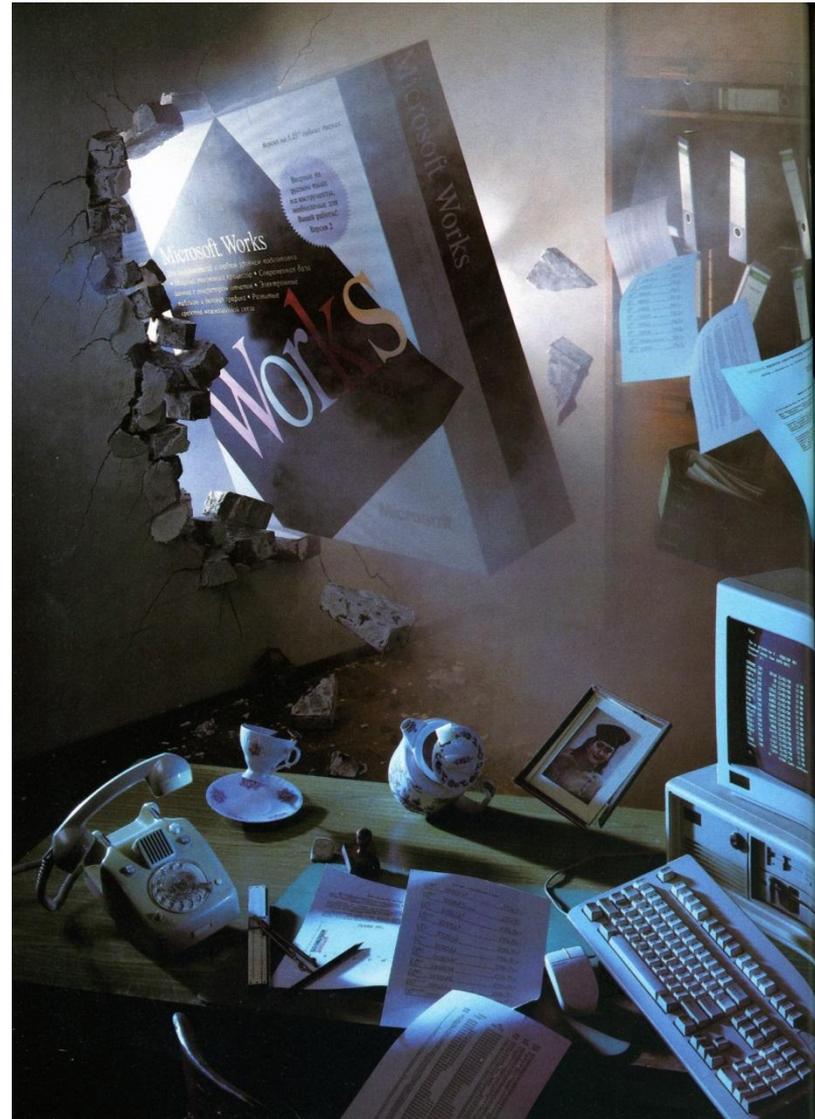
www.canon.co.uk
*As of January, 2003

you can
Canon

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Главный объект и вспомогательный изобразительный материал.

**Разновидности приёма:
сочетание главного и вспомогательного изображений исполненное посредством единой фотографии либо совмещением крупного фотоизображения главного объекта и вспомогательной фотографии(й), содержащей(их) необходимые дополнительные характеристики.**



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Один или несколько основных объектов и информационно-насыщенный вербальный компонент. Прием обладает высокой общей информативностью, но небольшой визуально-образной. Информация, передаваемая посредством текста, является основной по отношению к изобразительной.

Opus Technology Ltd.

Среди ведущих британских компьютерных компаний Opus Technology Ltd. выделяется одной существенной особенностью. Каждая модель в постоянно расширяющейся номенклатуре ее изделий, совместимых с компьютерами фирмы IBM, разрабатывается и производится в Великобритании.

Наша штаб-квартира находится в Релхилле, граф. Суррей, а производственные подразделения — в Гейнсборо, граф. Линкольншир. На предприятиях фирмы занято более 200 квалифицированных работников, а группа технического обслуживания гарантирует своевременную помощь каждому заказчику.

Любой компьютер Opus обладает возможностями, удовлетворяющими запросы всех категорий пользователей — от неуверенного в своих силах новичка до требовательного программиста-профессионала.

Среди компьютеров Opus вы всегда найдете то, что будет вам по карману и вместе с тем позволит решить любые ваши задачи.

Opus. The very best of British Computers

Brian Jeffs
Opus Technology Ltd.
53 Ormside Way
Holmethorpe Ind Estate
Redhill, Surrey RH1 2LW
Tel: 0737 765080

Sergei Polonski
Opus Technology Ltd.
Business Center BSCC Moscow
Tel: 253 2554
Telex: 413523 BRIS S.U.



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Несколько основных объектов, объединённых по некоторому признаку. Увеличенное количество основных объектов позволяет насыщать сообщение данными. Используется, когда количество визуальной информации должно преобладать над простотой её восприятия и предполагается, что у потребителя будет достаточно времени, чтобы её рассмотреть.



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Несколько основных объектов и вспомогательный изобразительный материал.
Приём является родственным предыдущему, но ещё больше насыщен не всегда релевантной информацией.



Осень/Зима 2009/2010 г. Допускаются замена или изменения моделей.

www.rieker.com



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Серия изображений с одним или несколькими главными объектами на каждом из них или большинстве, объединёнными смысловой или тематической связью. Даёт возможность изложить информацию в нужном логическом порядке с большим количеством деталей. Однако требует относительно больших временных затрат для восприятия и понимания, что подходит не для всех коммуникационных целей.

н е п о д р а ж а й



т в о р и



ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Изобразительные приёмы. Это приёмы привлечения внимания к главному объекту и/или основному смысловому идентификатору. Основаны на приёмах, заимствованных из живописи и фотографии. Главный объект является необходимой частью композиционной организации пространства и опосредованно связан со смысловым аспектом сообщения фотографии.

Изобразительные приёмы используются по отдельности и в различных сочетаниях в одном и том же произведении фотографии.

Выделяют ряд изобразительных приёмов.

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Совмещение смыслового и изобразительного центров конечного изображения. В фотографии смысловой центр должен быть только один, а в фотографии можно создать конечное изображение, которое имеет один главный смысловой центр и один или несколько поддерживающих, что связано с использованием вербального текста. В этом случае фотоизображение будет находиться в изобразительном центре, а вербальная составляющая в непосредственной близости от него.



The advertisement features a dark red Mercedes-Benz E-Class sedan parked in a modern, minimalist interior with large, light-colored rectangular panels on the wall. The Mercedes-Benz logo is visible in the upper right corner of the image area. The car is shown from a front three-quarter view, with its reflection on the polished floor. The text is positioned below the car, providing a slogan, model name, price, and contact information.

В мире, который так ненадежен, всегда есть место, в котором абсолютно уверен...

Новый E-Класс. Добро пожаловать домой

Его называют «квинтэссенцией Mercedes-Benz». Уже более 70 лет он олицетворяет главные ценности Mercedes-Benz: непревзойденный комфорт, образцовая безопасность и элегантный дизайн. Многие уверены, что Карл Бенц, наверняка, ездил бы сейчас за рулем именно этой модели. Самый продаваемый седан бизнес-класса в Беларуси и мире.

от 34.240 €

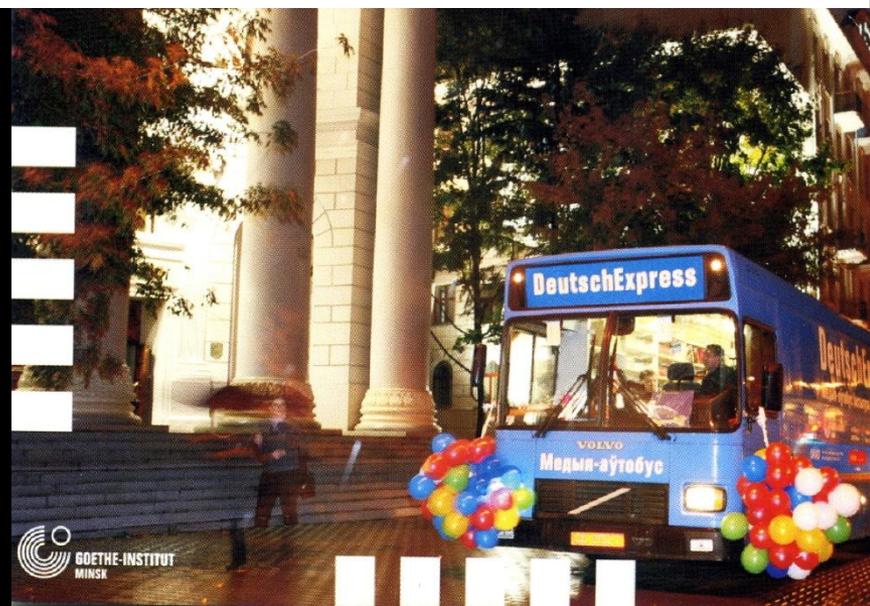
Новый E-Класс в Минске

Mercedes-Benz

Цена указана в евро с учетом таможенных платежей. Оплата в белорусских рублях по курсу НБ РБ на день оплаты

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Использование «правила одной трети» или «золотого сечения». Главный объект располагают в точках пересечения линий, делящих изображение по высоте и ширине на три одинаковые части. При этом нижние точки используются, если главные объекты находятся на переднем плане, верхние – на дальнем. В фотографии приём характеризуется расположением в указанных активных зонах самой важной визуальной и вербальной информации.



ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Направление взгляда с помощью линий, идущих к главному объекту. Приём связан с визуальной и пространственной структурой двумерного изображения. В отличие от «правила одной трети», силовые линии образуются «искусственно» элементами фотографии при её значительном доминировании либо средствами фотографии в случае их комплексного использования.



SIMPLY CLEVER

SKODA
AUTO

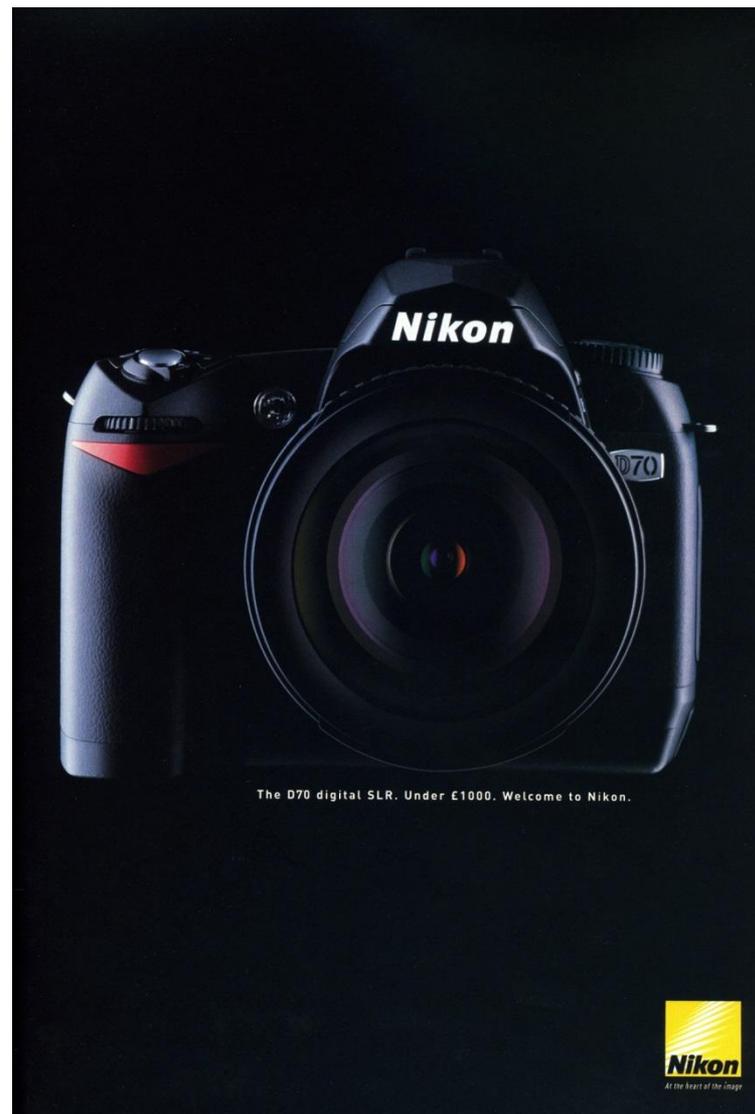
Skoda Octavia.
Эволюция лучшего.

АВТОСАЛОН "ФЕЛИЦИЯ" Минск, Ольшевского, 24
тел. (017) 216 99 55, (029) 145 11 11
www.skoda-auto.by

**Скидки до 5 555 555 бел. руб. на
автомобили Škoda 2009 г.в. со склада!**

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Световой акцент. Главный объект выделяется с помощью светового потока, вспомогательные объекты располагаются в тени. Приём имеет две разновидности: главный объект выделяется светом полностью, так что возможно рассмотрение всех его деталей и составных частей; использование контурного, силуэтного, скользящего освещения, способствующего узнаванию объекта, подчёркиванию его формы и фактуры, но не позволяющего рассмотреть все его составные элементы.



ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Выбор относительного размера изображения главного объекта. **Главный объект изображают в значительно более крупном масштабе. Приём используют при комбинировании нескольких фотоизображений. Другой способ использования – создание фрагментарного изображения главного объекта с акцентом на некоторой характерной или важной его составляющей. Третий способ – изображение показывает общий план комплексного главного объекта.**



MATTIOLI
BAGS
Изысканный итальянский стиль

Женские сумки, мужские портфели, деловые папки, ремни и аксессуары из натуральной кожи

Фирменный магазин:
Пр-т Независимости, 56

E-mail: mattioli@anitex.by
<http://www.mattioli-bags.com>

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Оптический акцент. Состоит в соответствующем использовании глубины резкости на фотоизображении. Сокращается число деталей изображения, на которые необходимо обратить внимание: уменьшается общее количество передаваемой информации, но она становится более концентрированной.

**Свечи зажигания BOSCH –
максимум надежности!**



Фирма BOSCH является изобретателем и одним из ведущих мировых производителей свечей зажигания. Постоянный поиск инновационных технических решений и чуткая реакция на нужды автомобилистов привели к появлению новых поколений свечей зажигания, эти свечи делают современные двигатели экономичнее и экологичнее. На протяжении всего срока службы свечи зажигания BOSCH призваны оптимизировать работу двигателя автомобиля независимо от режимов его эксплуатации. Жесткий контроль качества производства гарантирует высочайшие эксплуатационные свойства каждой свечи зажигания. Компания BOSCH постоянно расширяет ассортимент выпускаемых изделий, что позволяет вам подобрать свечу зажигания идеально подходящую к двигателю именно Вашего автомобиля, при этом по доступной цене.

Роберт БОШ АГ
Представительство в РБ
ул. Я.Купалы, 25, офис 201
220030, г. Минск, Беларусь
Тел. 206-68-62
Факс 206-68-61
www.bosch.by

**Автозапчасти BOSCH –
Инновации, Качество, Безопасность!**



Вы найдена для жыцца

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Различие яркостей главного объекта и фона: объект тёмный, фон светлый и наоборот. Приём используется в целостной фотографии и при совмещении нескольких фотоизображений. Разновидностью приёма является использование отличного по яркости фона конечного изображения от яркостной характеристики применяемой фотографии.

НОВИНКА ColorStay®
ЖИДКАЯ помада LIQUID LIP



Самый новый способ
красить губы!

Влажные, гладкие,
обольстительно сочные...

Устойчива к поцелую?
Всегда!

REVLON

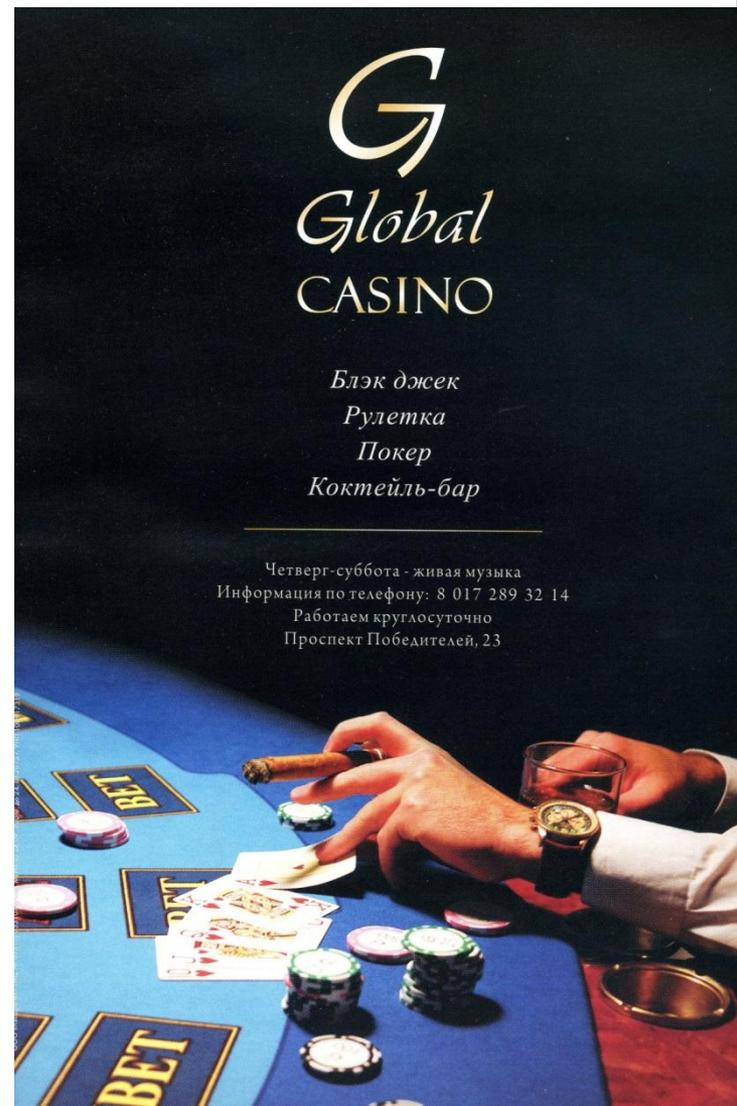
ПОЧУВСТВУЙ СЕБЯ ЖЕНЩИНОЙ!

По вопросам приобретения продукции REVLON обращаться в следующие компании:
Россия: **Melissa** тел. в Москве (095) 937-6913, факс (095) 937-6921 (для гг. Москва, С.-Петербург, Краснодар, Ростов-на-Дону, Новосибирск); **IBE** тел. в Мос (095) 288-3009, факс (095) 288-3988 (для гг. Москва, Н.Новгород, Хабаровск, Владивосток); «Градент» тел. в Москве (095) 933-6000, факс (095) 933-6000 (для гг. Москва, Челябинск, Екатеринбург); Украина: «Сваргетт ДА» тел. (044) 253-2695, факс (044) 253-4387; Казахстан: «Атлас» тел. (3272) 509-8000, факс (3272) 509-707; Азербайджан: «Сабина» тел. (994 12) 97-35-09, факс (994 12) 97-36-56; Армения: «OSU - I.G.E.Q.» тел./факс (8852) 530-252; Грузия: «Geost» тел. (995 32) 332-875, факс (995 32) 331-990; Беларусь: ЗАО «Столичный офис» тел./факс (0172) 27-65-51, (0172) 89-13-69.

ТОВАР СЕРТИФИЦИРОВАН

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Различие цветового сочетания главного объекта и фона. К разновидностям приёма относят: сочетание цветного и чёрно-белого фотоизображения, цветного и цветного фотоизображения, выделение главного объекта цветом в чёрно-белой фотографии, наложение цветного изображения главного объекта на чёрно-белую фотографию и наоборот: чёрно-белая (цветная) фотография в этих случаях может рассматриваться как активный фон.



МОНТАЖНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Монтажные приёмы. Это приёмы монтажной организации фотографии как одного из способов создания сообщения. Они подразделяются на монтаж всех элементов изображения, созданных с помощью средств фотографии, а также монтаж фотографий внутри фотоизображения фотографии.



МОНТАЖНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Структурно-организационный монтаж. Монтаж носит обобщённый характер и соотносится с общепринятым пониманием монтажа как способа составления единого целого из отдельных частей, подбираемых по определенной теме или плану. Связан с композиционными приемами, так как предполагает подбор набора элементов, которые должны войти в то или иное сообщение фотографии, и определение структурных связей, существующих между ними. Набор элементов и типы связей ложатся в основу выбора композиционных приёмов.

ЧТОБЫ ВАША КОЖА НЕ ИСПЫТЫВАЛА ЖАЖДЫ



НОВИНКА!

ЛЕГКИЙ УВЛАЖНЯЮЩИЙ ДНЕВНОЙ КРЕМ

Легкий и нежный крем восстанавливает естественную способность кожи к самоувлажнению. Создает ощущение свежести с утра до вечера.

НОВАЯ ФОРМУЛА: ЛЕГКИЙ УВЛАЖНЯЮЩИЙ ДНЕВНОЙ КРЕМ NIVEA VISAGE

Квалифицированные специалисты ответят на все Ваши вопросы о способах ухода за кожей по телефонной линии NIVEA VISAGE: (095) 753-0000

МОНТАЖНЫЕ ПРИЁМЫ ФОТОГРАФИКИ

Изобразительный монтаж фотографии. Монтаж в значении фотомонтажа как способа составления из фотографических снимков или их частей единого в художественном и смысловом отношении изображения. Частные проявления этого вида монтажа рассматриваются как один из принципов, используемых при проектировании фотографии из фотографических изображений, в техниках коллажирования и монтажа.



КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Чтобы газетная полоса смотрелась как единое композиционное целое, нужно разработать макет газетной полосы.

Макет – это графический план вёрстки. Этот план должен наглядно отображать и показывать, как распределить на полосах текстовые и иллюстративные материалы, заголовочные комплексы, все детали их оформления.



КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Материал, в зависимости от расположения на газетной полосе, имеет свои названия.

«На открытие» – статья или изображение, заверстанная в левый верхний угол полосы.

Окно или «на отлет» – статья или изображение, прямоугольно заверстанные в верхнем правом углу полосы. Окно отбивают от текста снизу и сбоку жирными линейками.

Фонарь – статья (или изображение), заверстанные в центре или внизу полосы на две-три колонки. Высота такой статьи должна быть больше ее ширины; статью отделяют от другого материала жирными или фигурными линейками.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Подвал – статья, размещенная в нескольких, а чаще всего во всех колонках внизу полосы. Отделяют подвал от предыдущего текста линейкой; заголовки подвала располагают чаще всего над первыми двумя-тремя колонками. Высота подвала должна быть не больше $1/3$ и не меньше $1/4$ высоты полосы.

Стояк – статья, заверстанная на две-три колонки по всей высоте полосы.

Уголок – статья или иллюстрация, заверстанные в одном из углов полосы, за исключением правого верхнего. Уголок отделяют от другого материала линейками.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Чердак – крупный материал, подобный подвалу, но размещенный вверху полосы и заверстаный на всю ширину полосы или на несколько колонок. Его отбивают от последующего текста жирными линейками или заключают в рамку.

«Мельница», или «Вертушка» – размещение двух крупных материалов, которые уравнивают друг друга по диагонали.

Подверстка – материал, которым заполняют пустое место под статьей, тематически с ним не связанной.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Приемы макетирования:

- **Планово-композиционный.** Материалы разверстываются в той последовательности, в какой они обозначены в плане.
- **Традиционный прием макетирования.** Он предусматривает постановку в чердаке или подвале наиболее крупного материала, который по диагонали уравнивается другой, сравнимой по размерам публикацией («мельница»).
- **«Гвоздевой» прием макетирования.** Самая ударная публикация ставится в зрительный центр полосы в окружении, как правило, мелких заметок.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Газета всегда начинается с **заголовочной части**. Она может занимать всю ширину полосы или ее часть.

В заголовочную часть входит:

- название газеты;
- постоянный призыв;
- название организации (органа), помещаемое под названием газеты;
- календарные сведения;
- номер выпуска.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Вопрос оформления и вёрстки газетной полосы в специальной литературе проработан достаточно хорошо. Некоторые авторы придерживаются семи правил газетной верстки, другие авторы выделяют пятнадцать принципов верстки, но их суть сводится к нижеследующим моментам.

- **Использование шрифтов для набора основного текста.**
- **Использование шрифтов для заголовков и правила завёрстки.**
- **Оформление полос.**
- **Линейки.**
- **Заверстка подвала.**
- **Иллюстрации в газете.**
- **Цвет.**
- **Дизайн.**

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

Подборка – объединение нескольких материалов на основе
Подборки могут быть тематическими и разнотемными.

В подборку чаще всего объединяют небольшие статьи информационного характера (заметки, интервью, репортажи). Вот несколько способов объединения материалов в подборку:

- объединить одной рубрикой;
- отбить подборку линейками или заключить ее в рамку;
- поставить иллюстрации;
- единообразно оформить заголовки,
- единообразно оформить текст.
- какого-либо общего их качества.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

В некоторых случаях подборка может занимать большие объемы, например, целые страницы. Различают следующие виды таких страниц-подборок:

- **Тематическая страница** – это тематическая подборка размером с полосу. Здесь еще большее значение имеет время их появления в определенный день недели. Большую роль играют «шапки», рубрики и иллюстрации, часто используется унификация гарнитур заголовочных шрифтов. Тематические страницы могут выделяться по оформлению в номере газеты, но в целом стиль газеты должен сохраняться.
- **Страница-плакат** – тематическая страница, особым образом оформленная, с таким расчетом, что ее можно вывешивать отдельно как любой плакат.

КОМПОЗИЦИЯ ГАЗЕТНОЙ ПОЛОСЫ

- **Обменная страница** – тематические страницы, которые одновременно готовят две дружественные, родственные редакции с целью расширения своих читательских аудиторий.
- **«Газета в газете»** – выпуск, имеющий свое название, мини-газета со своими целями, рубриками, направленная на часть аудитории основной газеты.
- **Сменная страница** – основная газета формирует тираж таким образом, чтобы в определенный регион поступило основное издание с отдельными страницами, рассчитанными и подготовленными специально для читателей этого региона.