



Дизайн

Тренды в графическом дизайне 2017

Тренд



- Тренд от *trend* – тенденция) — основная тенденция изменения чего-либо.
- То что будет задавать тон в дизайне.

Тенденции в графическом дизайне не бывают краткосрочными и никогда не исчезают без следа.

Они проникают в нашу жизнь постепенно, медленно набирая популярность. И также медленно отходят на второй план, становясь менее востребованными.

Все основные тренды, которые будут актуальными в 2017 году, не появились ниоткуда. Эти тенденции доминируют на протяжении нескольких последних лет, немного меняясь, но оставаясь при этом абсолютно узнаваемыми.



Адаптация логотипа под различные устройства

Отзывчивые ЛОГОТИПЫ

Отзывчивый логотип

Были призваны идти в ногу со временем в эпоху постоянных смен форматов и изображений.

Масштабирование до мобильных устройств призывает делать логотип все меньше и меньше помогая логотипу быть функциональным.



Positivism.

The only scientific knowledge is that which is based on sense, experience and positive verification. Scientific method is the best approach to uncovering the processes by which both physical and human events occur.



Уходит своими корнями в начало 20 века

Минимализм

Минимализм делает акцент на простоту и функциональность

Сегодня это основа любого дизайна, почти все ведущие компании на сегодняшний день предпочли минимализм из-за своей простоты и узнаваемости.



Было

at&t



Стало



Было



Стало



**Смелые
фотографии и
выразительны
й текст**

Смесь жирного текста с картинками





Современно е ретро

В результате дизайн выглядит так, словно был создан в середине 70-х годов прошлого века.

В отличие от обычного ретро, современный ретро-стиль ориентируется на стилистику 70-х и 80-х годов. Это эпоха первых персональных компьютеров, видеоигр, активного освоения космоса и бурного развития цифровых технологий.

Собирая множество узнаваемых предметов и устройств, которыми сегодня почти никто не пользуется – это фотопленка, аудиокассеты, дискеты, виниловые проигрыватели, пейджеры и многое другое можно подчеркнуть этот стиль.





MATERIAL DESIGN

Google создал свой визуальный язык

Современный графический дизайн и цифровые технологии связаны так тесно, что на дизайнеров оказывают влияние тренды, доминирующие в других отраслях, к примеру, в веб-разработке. Когда Google представил свою концепцию Material Design, вряд ли кто ожидал, что он окажет влияние на весь дизайн. **Этот визуальный язык отличается преднамеренным выбором цвета, масштабной типографикой и смелым использованием пустого пространства.**





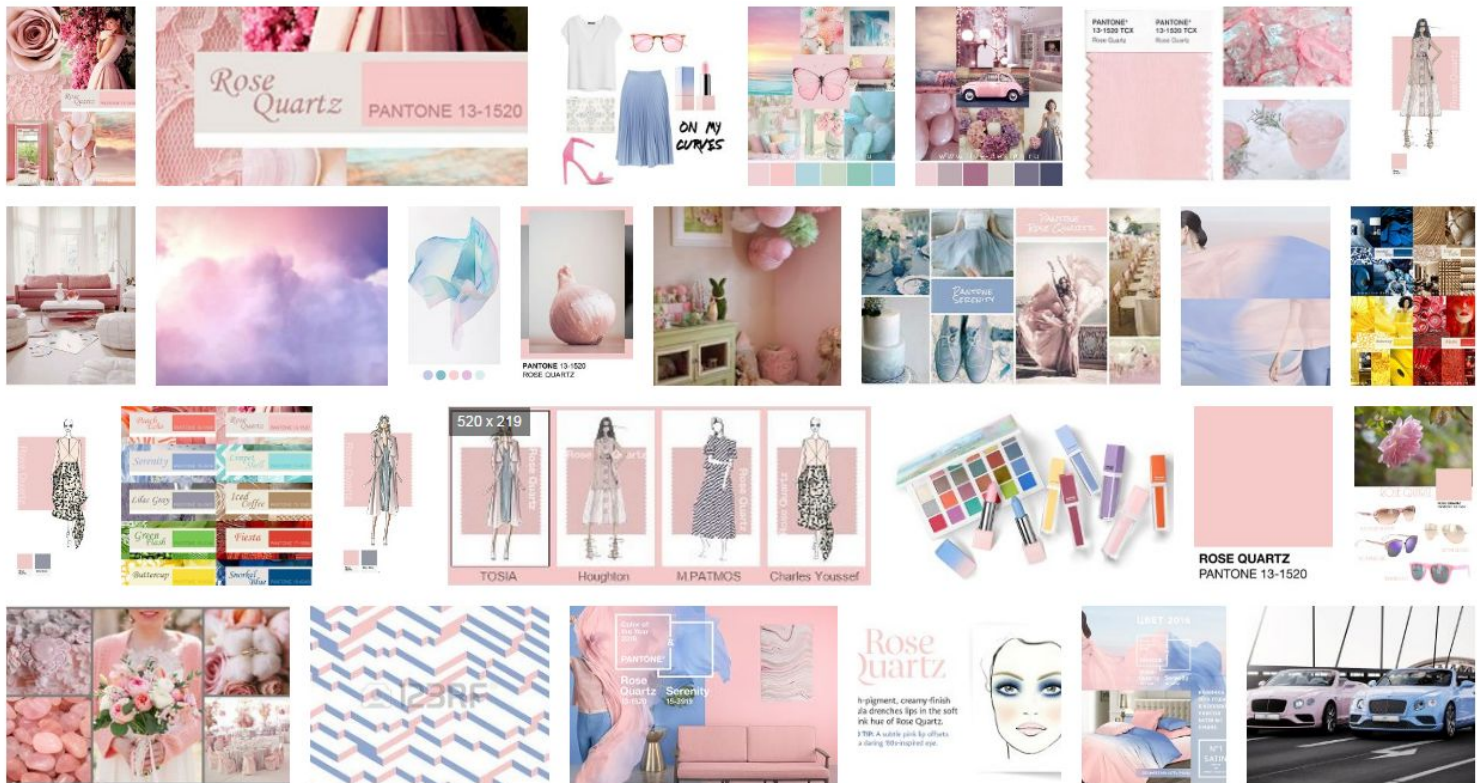
Яркая цветовая политра

Такие тренды, как современное ретро и Material Design роднит использование в дизайне ярких и необычных цветовых сочетаний.

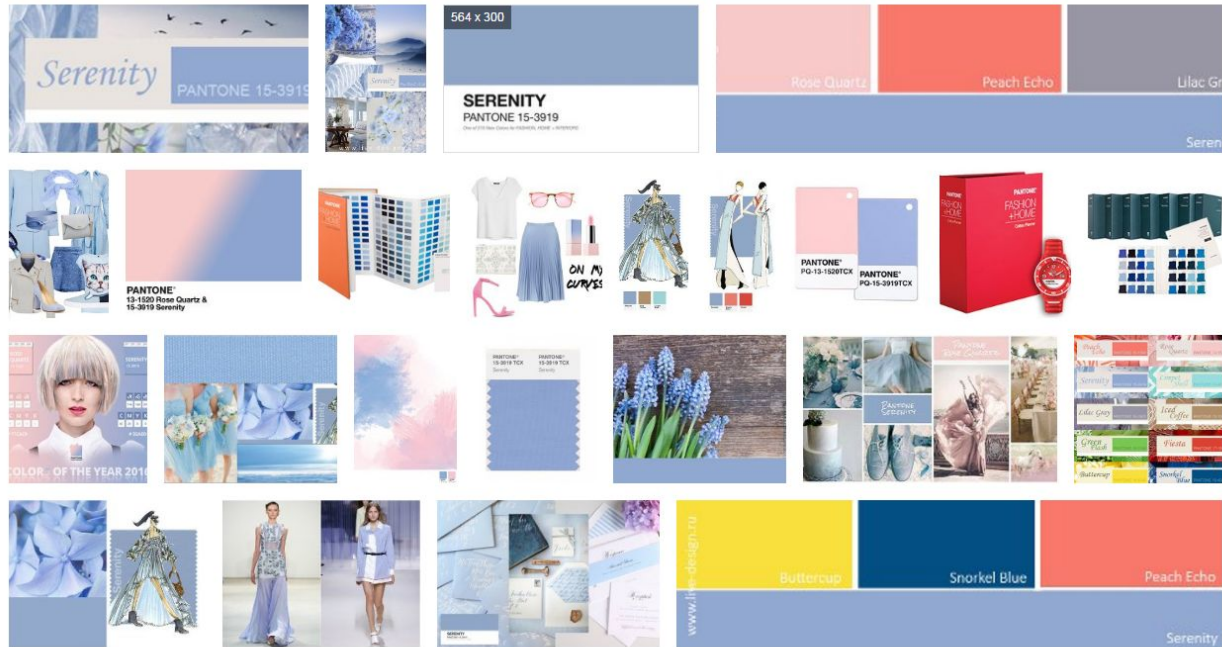
И несмотря на то, что в вебе сейчас доминирует тренд на использование приглушенных тонов, в графическом дизайне все наоборот – в моде цвета броские и насыщенные.

Вот десятка самых модных цветов, опубликованная на сайте [Pantone.com](https://www.pantone.com):

PANTONE 13-1520 Rose Quartz



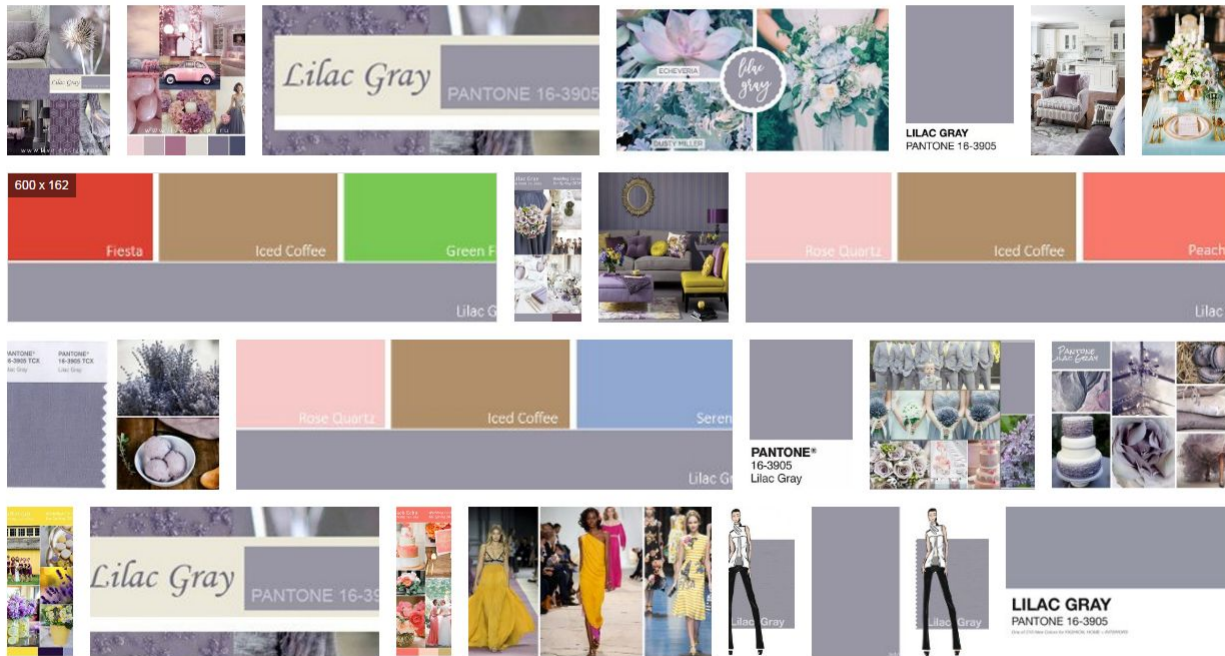
PANTONE 15-3919 Serenity



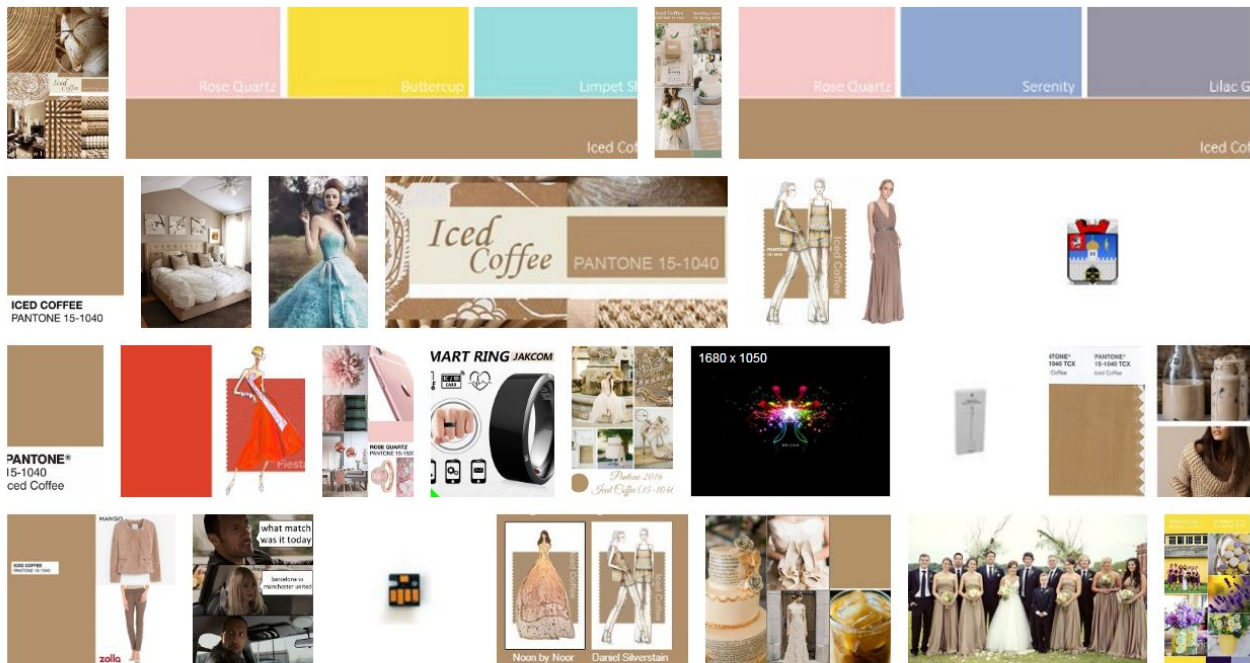
PANTONE 12-0752 Buttercup



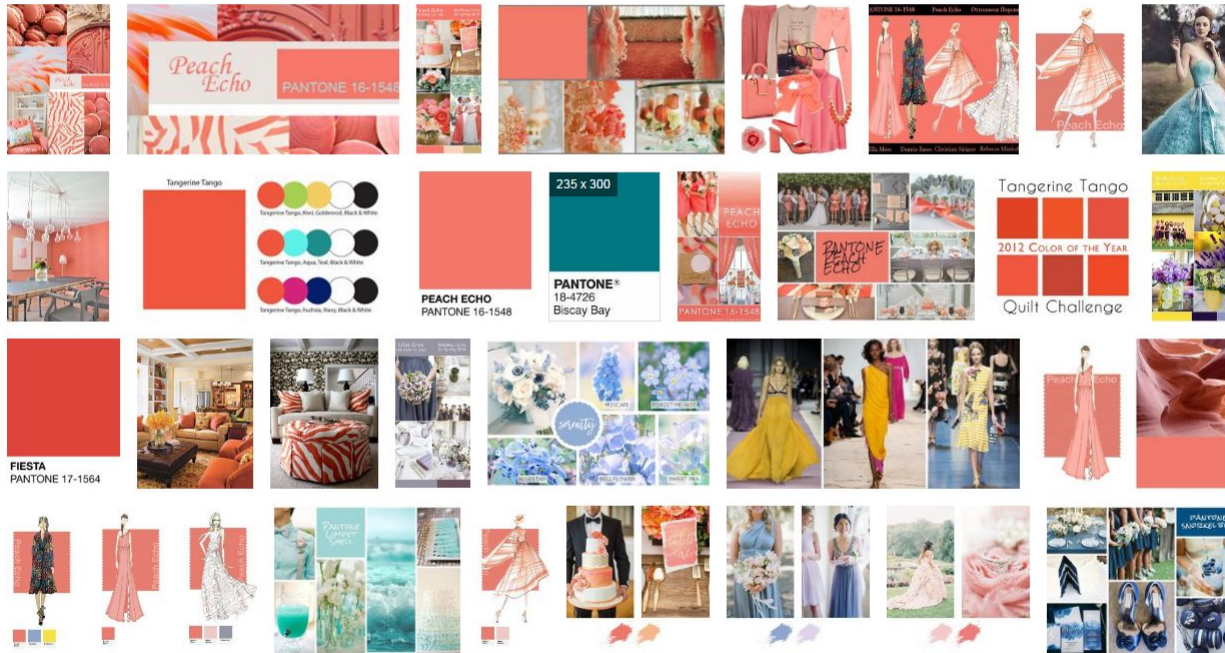
PANTONE 16-3905 Lilac Gray



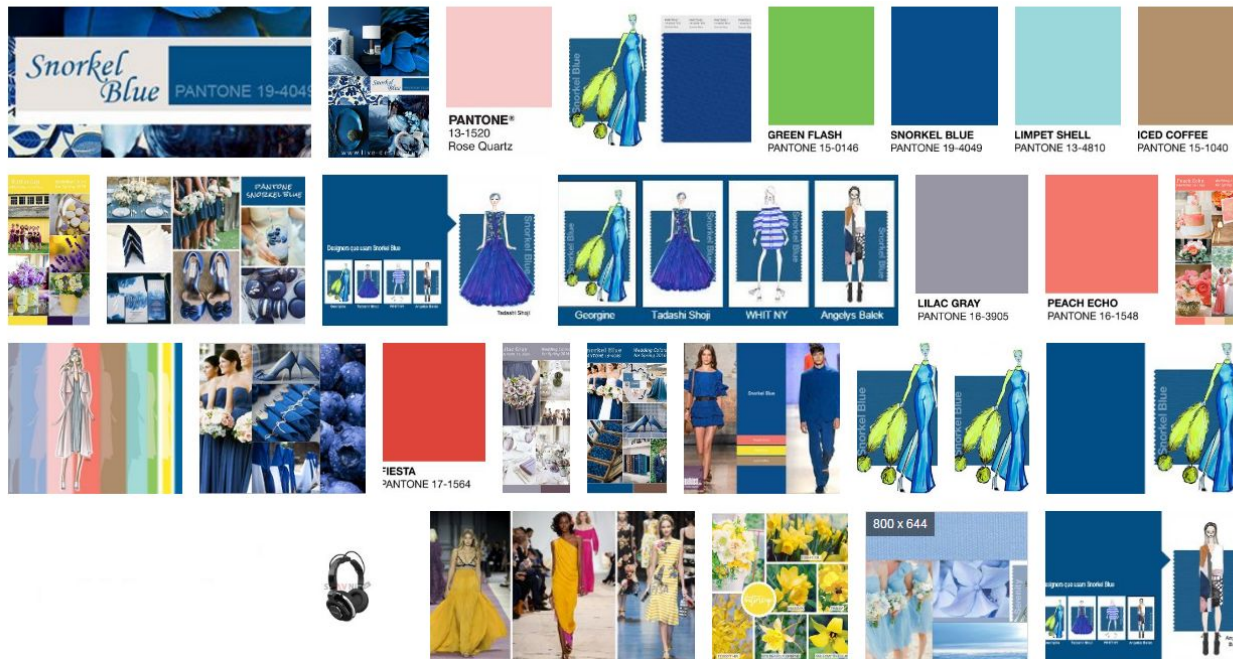
PANTONE 15-1040 Iced Coffee



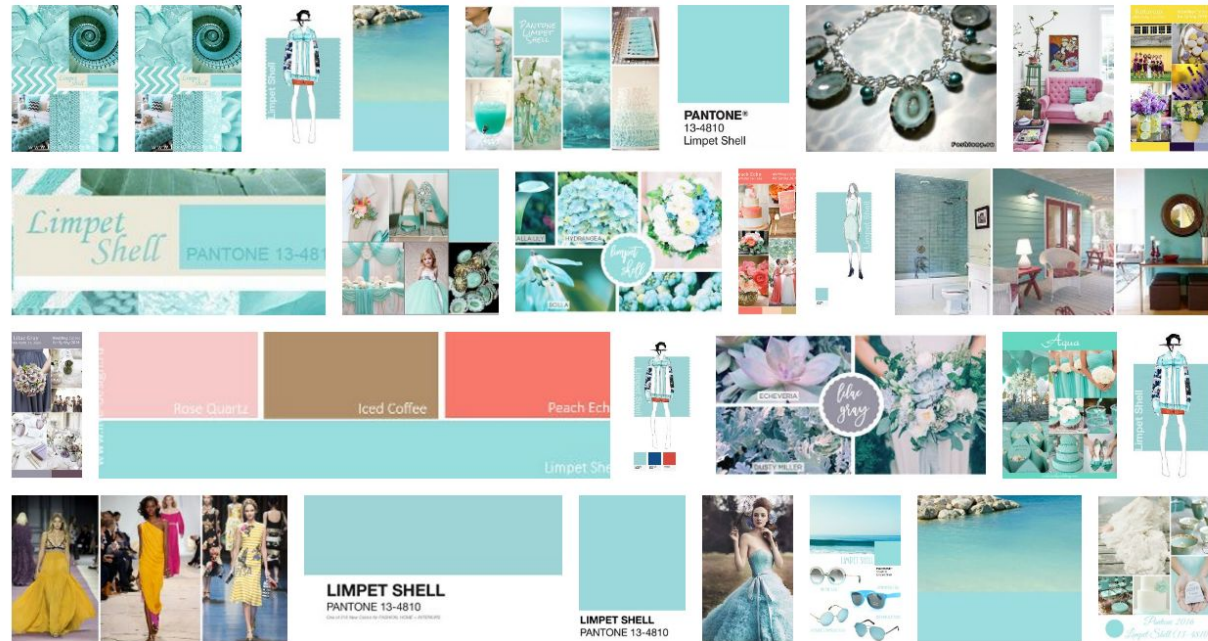
PANTONE 16-1548 Peach Echo



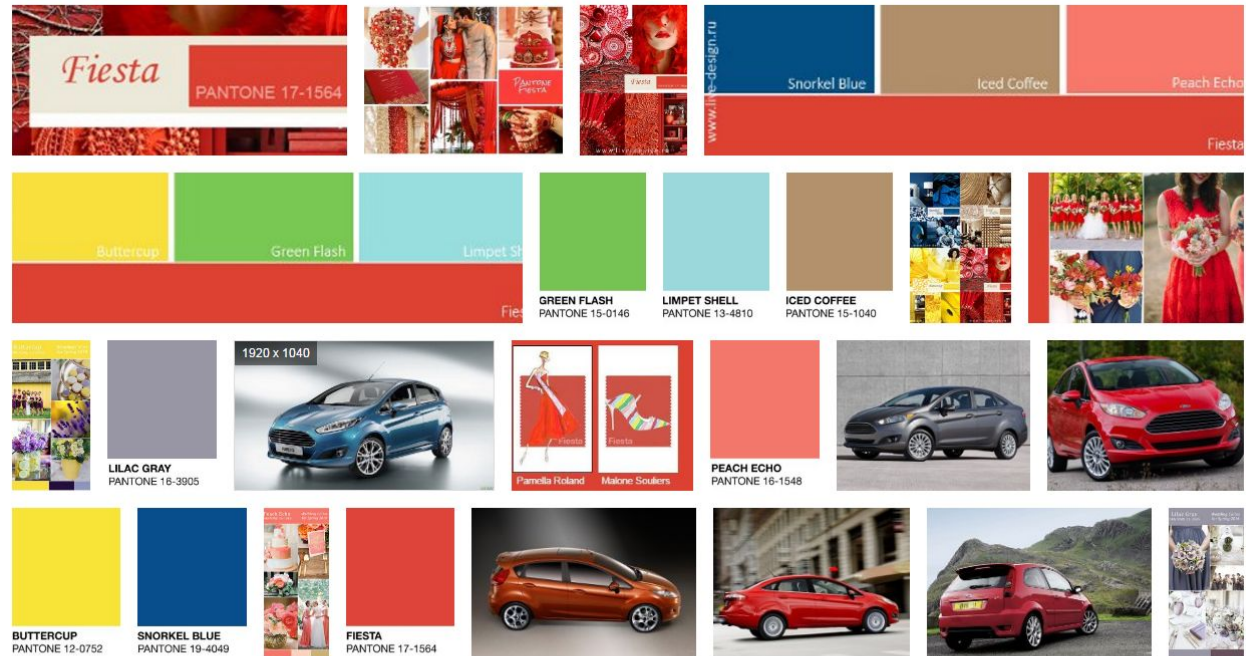
PANTONE 19-4049 Snorkel Blue



PANTONE 13-4810 Limpet Shell



PANTONE 17-1564 Fiesta



ANTONE 15-0146 Green Flash

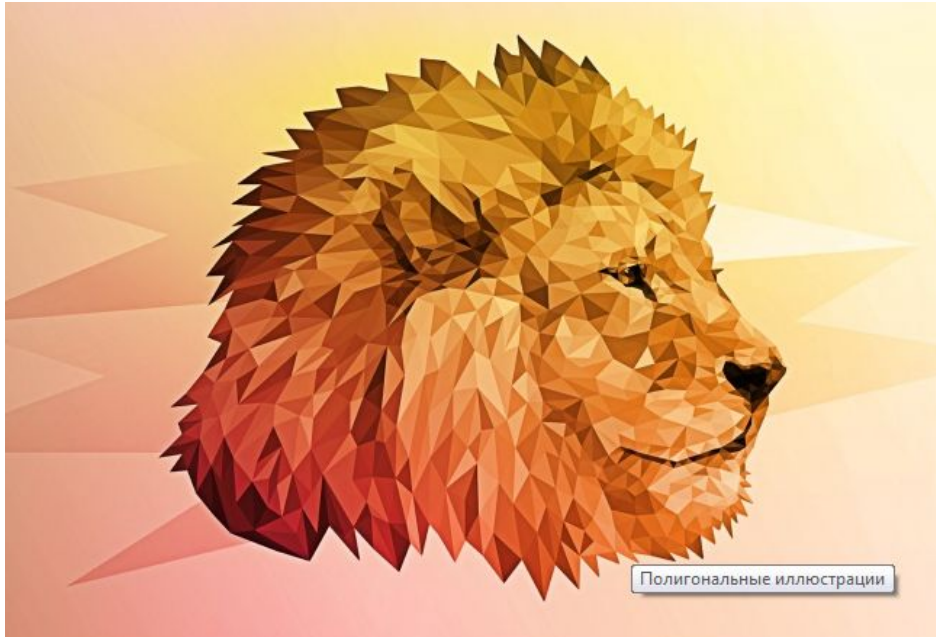




Плакаты Paris Climat 2015



Плакаты



Полигональные иллюстрации

ГЕОМЕТРИЧЕСКИЕ ФИГУРЫ

Использование геометрических фигур – тренд заметный, хотя очевидна разница в подходах.

Еще недавно данный графический прием был бы непонятен зрителю, но теперь все изменилось и иллюстрации, в которых так или иначе используются геометрические фигуры, появляться чаще.





ОТРИЦАТЕЛЬНО Е ПРОСТРАНСТВО

Отрицательное или негативное пространство – неотъемлемая часть любого хорошего дизайна.

Использование этого приема позволяет добавить в дизайн глубину или двойной смысл. Чаще всего отрицательное пространство используется при создании логотипа или в брендинге, но ничто не мешает его использовать и в других видах графического дизайна.

Хороший пример – концертная афиша для мероприятия 123 Years The Best Of British Music. Зритель сначала видит скрипку и лишь потом различает цифры 1, 2 и 3, которые есть в названии события.





ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ АЯ ТИПОГРАФИКА

Данная тенденция показывает, что типографика может использоваться для создания драматического эффекта.

Данная тенденция показывает, что типографика может использоваться для создания драматического эффекта. Большие буквы привлекают внимание, а усилить впечатление можно посредством использования ярких цветовых сочетаний, текстур и необычного расположения элементов.





УНИКАЛЬНЫЕ ИЛЛЮСТРАЦИИ

Дизайнеры постепенно отказываются от использования стоковых иллюстраций.

Дизайнеры постепенно отказываются от использования стоковых иллюстраций. Причина – **слишком похожие изображения и отсутствие индивидуальности**. Ни один дизайнер не хочет, чтобы его работа выглядела как клише, то же самое касается и брендов, которые изо всех сил стремятся выделиться на фоне конкурентов.

Использование в дизайне стоковых изображений снижает оригинальность и к тому же возникает риск, что некоторые элементы можно будет увидеть в работах других дизайнеров.

