

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи з дисципліни

«КОМПОЗИЦІЯ»

Тема «ШРИФТОВІ КОМПОЗИЦІЇ»

(для здобувачів вищої освіти спеціальності 191 Архітектура та містобудування)

(Електронне видання)

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
архітектури і містобудування
Протокол № 8 від 08.04.2021 р.

Сєверодонецьк 2021

УДК 72.012(07)

Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Композиція» Тема «Шрифтові композиції» (для здобувачів вищої освіти спеціальності 191 Архітектура та містобудування) (Електронне видання) / Уклад.: В. А. Усліста. – Сєвєродонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2021. – 18 с.

В методичних вказівках до курсової роботи відображені етапи творчої роботи над шрифтовими композиціями, наведені приклади аналізу зібраної по темі інформації з різних точок зору. Методичні вказівки призначені для студентів 1 курсу архітектурної спеціальності. Також вони можуть бути цікаві всім хто займається шрифтовими композиціями.

Укладач:

В.А. Усліста, ст. викл.

Рецензент:

С.І. Симонов, к.т.н., доц.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
1 ПЛАН РОБОТИ	4
2 ЗОБРАЖЕННЯ І ШРИФТ	10
3 ГРАФІЧНА ІМІТАЦІЯ НАТУРАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ	15
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	17
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Шрифтові композиції, що поєднують зображення і текст, існують з давніх часів. В архітектурі призначення їх, перш за все, пов'язане з передачею інформації що увічніює імена та дії, а також агітаційних закликів, оформленні станцій метро, вивісок, різноманітних за тематикою.

В сучасному світі написи оточують людину повсюдно. Зовнішня реклама активно включилася в архітектуру міста. Часто яскрава і помітна реклама пригнічує забудову, заважає її сприйняттю.

По мірі розвитку цивілізації, все більше уваги приділяється питанню гармонійного взаємозв'язку напису, зображення і поверхні.

1 ПЛАН РОБОТИ

Завдання

Запроектувати інформаційну або пам'ятну (меморіальну) дошку, реалістично зобразивши будівельні та оздоблювальні матеріали самої дошки і поверхні, на якій вона кріпиться. Робота виконується в тональній кольоровій графіці.

Склад графічних матеріалів

- фронтальне зображення інформаційної (пам'ятної) дошки з побудованими тінями від неї на площину стіни та від букв на площину дошки;
- зображення стіни, на якій розміщується дошка;
- підпис автора роботи, виконаний архітектурним шрифтом.

Мета роботи: проектування інформаційної (пам'ятної) дошки.

Задачі:

1. Вибір тематики, аналіз аналогів (дослідження проблеми).
2. Виконання пошуків (пошук нового рішення).
3. Виконання роботи в матеріалі (вирішення проблеми).

Критерії оцінювання:

1. Сміслова і композиційна єдність тексту і рисунку:
 - лаконічність;
 - легкість для читання;
 - цілісність.
2. Оригінальність рішення.
3. Вибір матеріалу відповідно образу.
4. Достовірність імітації природних матеріалів графічними засобами.
5. Естетика подачі роботи.

План роботи:

1. Вибір актуальної теми.
2. Аналіз аналогів: підбір та порівняння аналогічних за тематикою вивісок, зображення композиційних, тонових і колірних схем, вподобаних елементів.
3. Виконання композиційних пошуків (аналогічно розглянутим схемам, використовуючи комбінаторику, наповнюючи форму тематичним змістом).
4. Відбір ескізів вивіски для подальшого пророблення в кольорі, з імітацією використовуваних природних матеріалів.
5. Виконання зразків графічної імітації натуральних матеріалів, використовуваних для виготовлення вивісок: дерева, каменю, скла, металу.
6. Виконання ескізу вивіски з імітованих матеріалів.
7. Виконання затвердженого ескізу в тональній кольоровій графіці.

Коментарі до задач

Вибір тематики. Бажано рекламувати діяльність установ, спрямованих на фізичне та емоційне здоров'я людини. Це вивіски для магазинів (спортивних, продуктових, меблевих і т.д.), салонів краси і медичних центрів, кафе і ресторанів, музеїв і бібліотек, клубів і фірм, ательє і т.п.

Зверніть увагу на сполучуваність рекламованої установи та її назви. Не використовуйте приклади гумористів: ресторан «Посумуй», кафе на вокзалі «Прощай, товаришу», стоматологічна клініка «Доктор Ада», туристична фірма «Іван Сусанін» і т.п.

Проектувальнику необхідно мати «банк» слів, які спеціально формуються для конкретної задачі та поповнюють творчу скарбничку.

Крім назви, подумайте про зображення. Зображення на вивісці може бути одночасно і логотипом компанії, якщо воно сприймається на необхідній відстані. Логотипи теж можна брати в творчу скарбничку проектувальника, проте повністю копіювати чужу вивіску або логотип не можна (порушення авторських прав).

При проектуванні вивіски необхідно враховувати різні чинники, як позитивні, так і негативні.

Список позитивного дуже об'ємний. Це вода, їжа, природа тощо, тобто те, що життєво необхідне людині, або приносить їй користь вже багато років (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Варіанти позитивних вивісок

Географічний чинник: народи, що заселяють нашу планету, мають найрізноманітніші звичаї. Відношення до однієї і тієї ж тварини або рослини в різних точках земної кулі можуть різко відрізнятися. Так тварина або рослина, що не викликає абсолютно ніяких асоціацій в Європі, може мати значення життя і смерті десь в Африці чи на Близькому Сході.

Релігійний чинник: кожній релігії притаманна своя символіка, використання якої приваблює прихильників конкретно цієї релігії та автоматично відштовхує прихильників всіх інших. Причиною негативної асоціації на релігійній основі може стати не тільки релігійна символіка. Відштовхне тих же мусульман зображення свині або собаки, які вважаються в Ісламі нечистоплотними тваринами. В деяких (рубаних, щільних) шрифтових гарнітурах прописна буква

«t» має вигляд хреста. Використання навіть однієї такої букви відштовхне людей, які не причислюють себе до прибічників християнства. Не рекомендується використання нацистської символіки або будь-якого іншого знака, нехай навіть віддалено нагадуючого свастику, використання зображення, що символізують війну (меч, воїн та ін.) в країнах, які нещодавно пережили війну, коли рани від важких втрат ще не встигли затягнутися.

Незалежно від того, хочемо ми цього чи ні, будь-який знак, буде викликати асоціації, бо фантазія є у кожної людини. Один і той же знак може говорити різне для хірурга і для програміста. Абстрактні (нейтральні) знаки, характеризуються тим, що не викликають у спостерігача однозначної реакції. Знаки, що відображають конкретні об'єкти без будь-яких двоєчитань за способом асоціативного впливу можна розділити на п'ять груп: національна символіка, географічні визначні пам'ятки, сфера діяльності, тварини та все інше.

Національною символікою прийнято позначати приналежність тієї чи іншої компанії державі (національні компанії). Комерційна недержавна фірма теж може мати в своєму логотипі національну символіку, але в даній ситуації емоційний вплив знака буде визначатися від географічного і політичного чинників. За межами країни емоційний вплив логотипу повністю визначається міжнародним становищем країни (а не організації) та зовнішньою її політикою. Так, після бомбардувань Іраку, в мусульманських країнах навряд чи буде користуватися попитом продукція з національною символікою Сполучених Штатів, навіть якщо сама продукція високої якості.

Використання у вивісці *географічних визначних пам'яток* однозначно конкретизує місце основної діяльності фірми-власника логотипу, і як правило знаходить своє застосування у туристичних організацій. Прикладами географічних визначних пам'яток можуть служити єгипетські піраміди або ж Ейфелева вежа в Парижі. На відміну від національної символіки, емоції, що виникають при виді такої вивіски, практично не пов'язані з рівнем економічного розвитку країни та її міжнародним становищем.

Відзначимо, що не тільки знак може вказувати на географічне положення організації, але й шрифтова гарнітура, якою виконана назва фірми. Так кирилична гарнітура говорить про приналежність до слов'ян, тобто місце визначається як Східна Європа; аналогічно, готиці відповідає Центральна Європа, арабській в'язі – Близький Схід і т.д.

Наприклад, при виконанні вивіски «Київська Русь» доцільним є знайти накреслення старослов'янського шрифту, розглянути варіанти рисованих букв.

При виконанні вивіски, пов'язаної з культурою Китаю або Японії, необхідно пам'ятати про символіку зображень, в тому числі і про значення ієрогліфів. Якщо ви точно не знаєте значення даного зображення, то краще його як аналог не розглядати.

Зображення предмета, що має безпосереднє відношення до предмету діяльності фірми, вкаже споживачеві на спеціалізацію в даному секторі ринку. Так зображення комп'ютера завжди відповідає приналежності до ринку або програмного, або апаратного забезпечення, але ніяк не до автомобільної промисловості або будь-якої іншої.

Застосування зображення тварин у вивісці може нести в собі абсолютно різні смислові навантаження. Фірмі приписуються ті якості, які в більшій чи меншій мірі властиві даній тварині. Так неймовірне число авіакомпаній використовують в своїх логотипах зображення птахів, і це природно, тому що ніхто з живих істот не вміє літати (самостійно), крім птахів.

Інший приклад. Родині котятих приписують швидкість, спритність, м'якість бігу – ці якості часто обіцяють виробники спортивного взуття.

Визначивши тематику вивіски та асоціативне (алегоричне, метафоричне) до тексту зображення, виконайте клаузуру – свої початкові асоціації, розташовуючи текст і зображення в різних формах інформаційної дошки.

Обираючи форму дошки (геометричну фігуру), можна використовувати її символічне значення, використовуючи асоціативний зв'язок з геометричними тілами. Наприклад, квадрат як проекція сталого куба, говорить про надійність і стійкості даної фірми (підприємства). Коло, навпаки, будучи проекцією кулі,

говорить про нестійкість, рухливість, об'єднання і т.д. Так само можна по різному ставиться до зображення трикутної фігури.

Формою дошки може бути зображення, яке не повинно мати багато дрібних виступаючих деталей, на відміну від різьблених вивісок (рисунок 1.2).

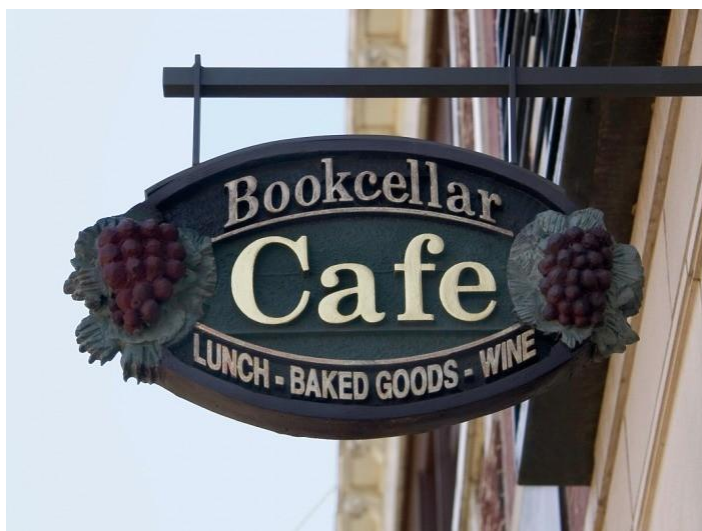


Рисунок 1.2 – Розмаїття форм дошки для вивіски

Джерелом асоціацій служать образи, що виникають у свідомості при активізації процесу творчості. Впливати на процес можна візуально, підбираючи для дослідження певні зображення – аналоги, або вербально, складаючи якийсь словесний портрет (рисунок 1.3).

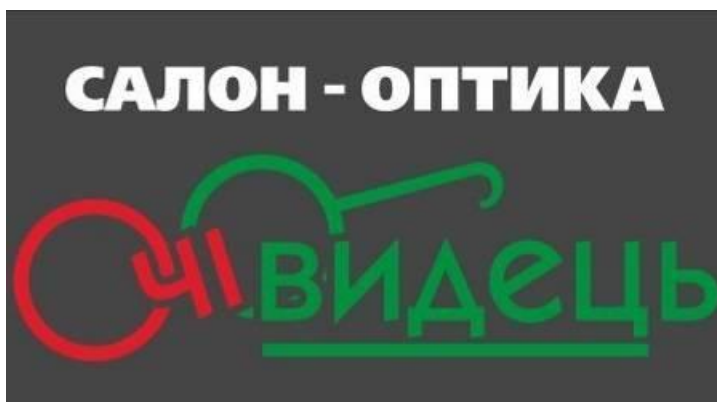


Рисунок 1.3 – Асоціація зображення і тексту

Пропонується скласти ланцюжок з асоціативних слів, відштовхнувшись від теми або слова, що відображає суть задачі. Після аналізу і відбору слів замальовують ідеї, підказані ними за аналогією або асоціативно.

Паралельно з аналізом виникаючих асоціацій рекомендується здійснювати замальовки необхідних зображень.

2 ЗОБРАЖЕННЯ І ШРИФТ

Зображення і шрифт повинні обов'язково перебувати в історичній співпідпорядкованості та відповідати стилям тієї чи іншої епохи. Це стосується не тільки історичних тематик, але й сучасних. Адже сучасність знаходиться не поза історією. Це всього лише ланка в безперервному історичному процесі. Шрифт повинен відповідати стилю і змісту зображення. Урочистість, святковість, ліричний або героїчний мотив – все це повинно знаходити своє відображення і в характері шрифту. Але при всьому своєму історичному характері композиція служить сучасності і повинна говорити сучасною мовою. Тобто риси сучасності повинні неминуче бути присутніми в роботі (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Історична аналогія вивіски

Ознаки художнього стилю, художні особливості того чи іншого часу однаково проявляються в накресленнях шрифту і малюнка (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – Особливості стилю

Кожен шрифт має свої переваги і недоліки. До основних переваг будь-якого шрифту відноситься в першу чергу хороша читабельність тексту, ясний, простий, чіткий і гарний малюнок букв, виконаний в єдиному стилі. Під читабельністю слід розуміти якість, в якій міститься загальна оцінка придатності шрифту, хороша розбірливість текстового напису. Досягається це спільністю конструкції всіх буквених знаків конкретного шрифту. Шрифт, який привертає увагу, але погано читається, не можна вважати вдалим.

Існує безліч способів поєднання шрифту із зображенням в єдиній композиції.

Спосіб абрєвіатури. Полягає цей спосіб в тому, що в якості знаку, супроводжуючого текст, виступає обіграна перша буква назви організації або обіграні перші букви, якщо слів в назві декілька (рисунок 2.3).



Рисунок 2.3 – Спосіб абрєвіатури

Спосіб однієї букви, полягає в тому, що абсолютно довільну букву в слові назви роблять відмінною від інших розміром, та (або) кольором, та (або) гарнітурою, та (або) замінюють малюнком, та (або) чим-небудь ще (рисунок 2.4).



Рисунок 2.4 – Спосіб однієї букви

Спосіб геометричної фігури. Цей спосіб полягає в тому, що рисунку і напису відводяться самостійні, чітко розділені частини площини. Текст заключають всередину якоїсь геометричної фігури, як правило, симетричної і по горизонталі, і по вертикалі. Найбільш популярними з таких фігур є коло і еліпс (рисунок 2.5). Менш популярні квадрат і прямокутник. Практично не зустрічаються багатокутники з кількістю кутів більше шести. На перший погляд спосіб примітивний, але саме ним скористалися досить великі світові виробники.



Рисунок 2.5 – Спосіб геометричної фігури

Можна навантажити фігуру і смисловим навантаженням. Так коло і овал після додавання до них паралелей і меридіанів починають нагадувати глобус і символізувати міжнародні відносини або подорожі. А правильний шестикутник цілком може символізувати продукти бджільництва або стільниковий зв'язок (рисунок 2.6).



Рисунок 2.6 – Смислове навантаження фігури

Гарна єдність зображально-шрифтової композиції досягається в тих випадках, коли рисунок підпорядковується руху рядків тексту, включається в їх ритм. Таке зображення будується не в глибину, а прямо на площині, уздовж якої направлено рух фігур.

Проаналізувавши зібраний вами образотворчий матеріал та вибравши вподобані вам елементи, продовжуйте працювати над композиційними пошуками

вашої вивіски. Поверніться до клаузури. Подивіться, які образотворчі елементи можна замінити на більш вдалі, знайдені вами в аналогах.

Може використовуватися *«пряма аналогія»*, якщо спостерігається певна подібність. Наприклад, механічна – пропорції, ритмічні побудови; або функціональна – аналогічність руху, зміни, розвитку. На об'єкт проектування переносяться найбільш характерні якості аналога-прототипу.

Композиція повинна містити мінімальну кількість різко різних, контрастуючих форм, шрифтів, кольорів. Принцип єдності композиції включає такі поняття як простота, лаконічність, цілісність.

Простота. Все геніальне просто. Дуже непросто створити просте (але не простеньке), маючи в розпорядженні безліч засобів і можливостей. Тільки навчившись обходитися малим, можна дозволити собі розкіш різноманітності та свободи.

Лаконічність. Потрібно вміти виділяти головне, використовувати лише те, що необхідно для передачі інформації, використовувати необхідний і достатній мінімум елементів для передачі інформації. Зайві елементи заважають сприйняттю, відволікають увагу. Композиція відповідає поняттю лаконічності, якщо не можна нічого вилучити, додати або пересунути без шкоди для цілого.

Цілісність, як принцип єдності ділять на логічну і стилістичну. Композиція відповідає принципу логічної цілісності, якщо в ній чітко проглядається логічна структура і всі елементи сприймаються як єдине ціле, чітко позначені взаємозв'язки між усіма елементами і значимість кожного елемента композиції. Стилiстична цілісність створюється одноманітністю оформлення. Всі однотипні елементи повинні мати єдине візуальне рішення (шрифтове, колірне, просторове). При цьому вони повинні гармонійно поєднуватися один з одним і з усією композицією.

Форма. Бажано обмежитися мінімальною кількістю форм, не варто використовувати майже однакові, складні форми.

Колір. Принцип єдності вимагає, щоб домінуючі кольори були в одній колірній гамі. Близькі відтінки повинні відрізнятися яскравістю або насиченістю, а

не тоном. Однак робота, витримана в одній колірній гамі, може вийти нудною, бляклою і невиразною, якщо в ній не вистачає кольорового контрасту. Теплим кольорам протиставляють холодні, світлим – темні, насиченим – малонасичені. Контрастні кольори не порушують єдності, його порушує багатобарвність. Для поживлення композиції використовуйте мінімум кольорів і контрастних сполучень.

Кольори несуть не тільки декоративне навантаження, але й асоціативне. Якщо діяльність організації пов'язана з морем, має сенс задіяти морські кольори: синій, блакитний, лазурний або їх поєднання. Синьо-чорні кольори характерні для металу і більш притаманні машинобудівній галузі, а також всім виробництвам, пов'язаним з металом. Червоний колір сам по собі є кольором попередження про небезпеку. Він завжди звертає на себе увагу і змушує зупинити на ньому свій погляд. Фіолетовий колір – колір тривоги, неспокою, невпевненості, меланхолії. Поєднання червоного кольору з фіолетовим без третього розділяючого кольору завжди викликає у спостерігача роздратування. Білий і чорний кольори є нейтральними самі але собі. Вони не вступають в конфлікт з іншими кольорами, а доповнюють їх. Аналогічно нейтральними є всі градації сірого.

Стадія виходу на ідею, як сама непередбачувана, неминуче вимагає великої кількості рисунків, доки архітектор не домовиться сам з собою, а студент з викладачем.

3 ГРАФІЧНА ІМІТАЦІЯ НАТУРАЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Імітувати обраний матеріал необхідно за зразком (природним або з фотографії). Вибравши вподобаний спіл дерева поздовжній або поперечний, визначивши загальний колір (який залежить від породи дерева), товстим щетинистим пензлем наносять на аркуш паперу необхідний колір гуашшю. Можна нанести спочатку темний шар фарби, дати йому просохнути, нанести поверх шар світлої фарби, а потім провести дрібним гребінцем по вологій фарбі хвилясті лінії, що імітують їх природний напрямок.

Штукатурку або іншу шорстку поверхню можна зобразити способом набризгу гуаші щіткою. При цьому спочатку необхідно рівно покрити (затамповати) цю поверхню гуашшю основного кольору, а для набризгу використовувати більш темний відтінок. Також можна приклеїти на клей ПВА тонкий шар дрібної крупи (манки), піску або солі, а потім покрити шаром гуаші потрібного кольору. Гуаш можна змішувати з водоемульсійною фарбою для збільшення її стійкості.

Реалістично зобразити блискучий полірований метал і скло досить складно. Уважно придивіться до вибраного зразку. Намішайте необхідний колір акварелі та поточніше передайте переходи від світлого тону до темного, залишаючи відблиски. Можна використовувати техніку відмивки або віддування аерографом.

Поверхню натурального каменю можна зобразити безліччю способів:

1. Намочений аркуш ватману зім'яти, потім розправити і натягнути на планшет. Після висихання покрити аквареллю. Заломи на папері вбирають фарбу сильніше та імітують прожилки каменю.

2. Зім'ятий, розправлений і висушений папір забризкують розчином гуаші аерографом або за допомогою щітки.

3. Розведені розчинником олійні фарби виливають в ємність з водою, в результаті чого на поверхні утворюється барвиста плівка. Папір опускається під барvistу плівку, а потім різко піднімається.

Колір повинен відповідати обраному каменю.

Всі зразки матеріалів виготовляються на окремих аркушах паперу, потім з них вирізають прямокутники однакових розмірів і вирізані прямокутники рівно по попередньо зазначеним лініям акуратно наклеюють на аркуш.

В такій же техніці аплікація виконують спочатку ескіз, а потім саму курсову роботу «Інформаційна пам'ятна дошка».

Для приклеювання краще використовувати гумовий клей, наносячи його тонким шаром на склеювані поверхні, попередньо прочитавши інструкцію з використання обраного клею. Склеювані поверхні щільно притиснути. Надлишки клею видалити.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Основы архитектурной композиции и проектирования. / под ред. Д.А. Тица. – К.: Вища шк., 1976. – 256 с.
2. Снарский О.В. Шрифт в наглядной агитации. / О.В. Снарский. – М.: Плакат, 1978. – 16 с.
3. Смирнов С.И. Шрифт и шрифтовой плакат. / С.И. Смирнов. – 3-е изд. – М.: Плакат, 1980. – 144 с.
4. Учимся писать шрифты вместе с Владимиром Васюком. – Мн.: ООО «Попурри», 2001. – 64 с.

Навчальне видання

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання курсової роботи з дисципліни

«КОМПОЗИЦІЯ»

(для здобувачів вищої освіти спеціальності 191 Архітектура та містобудування)

Тема «ШРИФТОВІ КОМПОЗИЦІЇ»

Укладач УСЛІСТА Віра Анатоліївна

Оригінал-макет В. А. Усліста

Підписано до друку _____

Формат 60x84 $\frac{1}{16}$. Папір типограф. Гарнітура Times.

Друк офсетний. Умов. друк. арк. _____. Облік. видавн. арк. _____

Тираж _____ екз. Вид. № _____. Замовл. № _____. Ціна договірна.

Видавництво Східноукраїнського національного університету імені Володимира
Даля

Адреса видавництва: м. Сєвєродонецьк, просп. Центральний, 59а.

Телефон: +38 (050) 218 04 78, факс (064 52) 4 03 42

E-mail: vidavnictvosnu.ua@gmail.com