

Ю.К. КОРНЮКОВ,
старший викладач кафедри дизайну
ВП «МФ КНУКіМ»,
м. Миколаїв

ПРО РОЛЬ ФОТОГРАФІЇ У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ ГРАФІЧНИХ ДИЗАЙНЕРІВ

У сучасному світі ніхто не заперечує твердження, що дизайн, в усіх його проявах, є невід'ємною частиною сучасної культури, де особливе місце займає галузь – фотомистецтво. Ця відносно нова галузь дизайну не вивчена повною мірою та потребує системного методологічного дослідження, що зосереджене на взаємозв'язку фотографії та дизайну, засобами ручного графічного та візуального комп'ютерного проектування. Також необхідно ретельно дослідити, яку роль відіграє і повинна відігравати фотографія у графічному дизайні та підготовці фахівців з цього напрямку.

Більшість дизайнерських робіт містять у собі фотозображення або його елементи, тому можна стверджувати, що фотографічні засоби є такою ж невід'ємною частиною сучасного дизайну, візуальної комунікації як шрифт або графічний малюнок.

Значну частину в сучасному графічному дизайні займає дизайн рекламної продукції, а саме: дизайн буклетів, проспектів, плакатів, рекламних листівок і т. п., які, у свою чергу, на 70% – 80% складаються з фотографічного зображення.

Особливі властивості фотографії – передавати і освітлювати події історії, документальність, що часто використовується як специфічна художня мова в оформленні й ілюстрації книги. Але проблема часто полягає в тому, що специфіка використання цього виду мистецтва в дизайні реклами або дизайні книги така, що фотограф йде одним шляхом, а дизайнер іншим. Це відбувається тому, що майже відсутні методологія введення фотографії в дизайнерський контекст і опис шляхів використання фотографічної мови в дизайні. Немає систематизації можливостей фотографії, які можуть бути використані дизайнерами-графіками в проектній діяльності, майже відсутні наукові праці, зміст яких обумовлено проблемами фотомистецтва й безпосередньо пов'язаних з підготовкою дизайнерів у системі вищої освіти.

Неможливо перебільшити роль фотографії в роботі дизайнера. На сучасному етапі розвитку, завдяки появі автоматичних фотокамер, можна припустити, що мистецтво фотографії легке й досяжне. Створювати фотознімки може будь-який із співробітників рекламного агентства або поліграфічного підприємства. Результат такої практики ми щодня спостерігаємо, відмічаючи низький рівень якості фотографій на більшості зразків візуальної друкарської і зовнішньої реклами й т. п.

Дизайнери вже давно працюють із фотографією. У їхній творчій практиці спостерігається як використання фотографічного матеріалу створеного

фахівцем, так і власна зйомка. Однак і фотограф, і дизайнер відтворюють реальність у різних візуальних системах. Фотограф має «фотографічне око», він оперує завершеним кадром, окремим індивідуальним зображенням, що розраховане на те, щоб розглядати його як самостійний об'єкт. Для дизайнера знімок (якщо поставлене завдання не передбачає просту фотографічну вставку) являє собою один з різноманітних засобів образної виразності, якими він володіє, і якщо це необхідно, він може адаптувати фотозображення до дизайнерського продукту. У процесі зйомки дизайнер може задумати спосіб використання фотографії і отримати наближений до початкової ідеї результат. Проте відсутність фотографічних навичок бачення, невміння створювати і нерозуміння мови світлопису дуже ускладнює цей процес. Тому питання про те, як теоретично і практично працювати з фотографією, як її сприймати в контексті дизайнерського мислення і складає головну проблему професійної підготовки дизайнера-графіка.

У структурі підготовки майбутніх дизайнерів навчальними програмами має бути передбачене вивчення дисциплін, зміст яких, безпосередньо пов'язаний з фотографією. Значне місце фотомистецтво займає в системі викладання дисципліни «Комп'ютерний дизайн у графіці» та «Проектування в дизайні (графічний дизайн)» для розробки макетів художнього оформлення книги, упакування, буклетів, плакатів, афіш тощо.

Процес становлення професійної підготовки дизайнерів пов'язаний з необхідністю рішення ряду методологічних і методичних проблем, зокрема визначення ролі й місця фотомистецтва у фундаментальній підготовці, змісту й методики вивчення фотографії, її практичного застосування. Питання фотопідготовки дизайнерів, як предмет педагогічного дослідження недостатньо розглянутий у сучасній науковій літературі. Отже, актуальність проблеми обумовлена необхідністю усунення протиріч між високим рівнем значення фотомистецтва в процесі створення дизайнерських проектів й обмеженістю вивчення фотомистецтва при підготовці майбутніх дизайнерів.

Процес навчання фотомистецтву можна розділити на два великі розділи: техніка фотографії й безпосередньо художня частина. Методика навчання техніці фотографії розроблена й описана в багатьох навчальних посібниках. Вона практично однакова для багатьох людей: фотожурналістів, TV й кінооператорів, студентів художніх навчальних закладів, дизайнерів.

Але значні розходження починаються в методиці викладання творчого розділу, оскільки для дизайнера, що працює у сфері реклами, поліграфічного дизайну або WEB-дизайну, необхідно враховувати враження, що може призвести зображення на потенційного глядача, тобто споживача. Це залежить від двох основних факторів: композиційної побудови й колірної рішення фотографії.

Вивчення фотокомпозиції – головний етап оволодіння мистецтвом рекламної, та й будь-якої іншої фотографії. Тут необхідно засвоїти проблеми образотворчого рішення знімка, засоби й прийоми компонування кадру. Варто правильно поставитись до розроблених принципів композиційного, світлового,

тонального рішення знімка. Складаючи композицію, фотограф (він же дизайнер) повинен розглядати навколишній світ не тільки як сукупність конкретних предметів, наприклад, дерев, але і як сполучення абстрактних форм, ліній і контурів. Кожна така форма має свою фактуру і, як правило, свої кольори. Полотна, малюнки й фотографії складаються зі складних елементів композиції на основі тих самих принципів. Уся історія фотографічного зображення доводить, що воно є частиною графічного мистецтва. Основа ж фотографічного й художнього зображення та сама: тон, лінія й кольори.

Лінії у фотографії несуть значне психологічне навантаження, наприклад, округлі лінії на підсвідомому рівні сприймаються шанувальниками фотографії позитивно. Прямі ж лінії викликають у глядача відчуття строгості й навіть тривоги, а зламані асоціюються з небезпекою. Фотографам-рекламістам необхідно це враховувати, адже, на відміну від, наприклад, фотожурналіста, вони повинні чітко уявляти собі реакцію глядача на свою роботу, свій добуток. Можливості тональних і лінійних побудов, їх гармонійне використання є невід'ємним інструментом дизайнера. Лінії, тон і колірне рішення фотозображення це фактори непостійні, котрими можна керувати. Саме ці властивості, їх розмаїтість і вплив на кінцевий продукт повинні вивчатися в композиції.

При фотографуванні дизайнерові необхідно враховувати й психологію глядача, а це означає наслідувати три основні принципи динамічного сюжету.

Перший полягає в тому, що об'єкт фотографування повинен прагнути пересуватись зліва направо. Це символізує прогрес і рух уперед. Відповідно, прагнення пересунутись в лівий нижній кут можна трактувати як любов до старовини, консерватизм і заперечення прогресу, а також стан стресу й руйнування. Крім того, рух об'єкта повинен йти по висхідній. Це символізує силу, удачу й процвітання. Навіть якщо це портрет, представлений великим планом, поворот голови із трохи піднятим підборіддям може додати такому знімку відому динамічність. Якщо ж рух спрямований справа наліво і ще по низхідній, у глядача з'являється відчуття катастрофи що насувається, або чогось фатального.

Другий – це правило вільного простору, що відкриває шлях руху погляду. Фотограф, передбачаючи його напрямом, залишає на площині знімка небагато незаповненого простору. У цьому випадку вільне місце заповнюється вектором руху, чим урівноважується композиція знімка. Це пояснюється інерцією погляду. Знаючи, що об'єкт послідовно проходить залишений для нього простір, глядач на підсвідомому рівні оцінює таке розташування компонентів, як закономірне і гармонійне.

Третій – використання світлової й тональної побудови знімка для додання зображенню деякої динамічності. Помічено, що глядач передусім цікавиться світлими ділянками фотографії, а також тими, де є сильний тональний контраст. Саме з них він починає розглядати твір, поступово переходячи до менш освітлених і контрастних ділянок.

Знання цих особливостей людського сприйняття також може бути використане для того, щоб підкреслити напрямок руху: об'єкт, що рухається, потрібно помістити в найбільш світлу ділянку кадру. Звідси й повинен початися рух, а поступове зменшення контрасту і яскравості задасть йому напрямок.

У світі реклами, та й інших зразках графічного дизайну, важливу роль відіграють кольори. Психологи стверджують, що 60 % успіху графічного проекту залежить саме від колірної рішення, яке викликає не лише відповідну реакцію людини залежно від його емоційного стану, але, і в деякому розумінні, формує її емоції.

Вважається, що кольорова фотографія в рекламі впливає сильніше, ніж чорно-біла, адже підвищує очевидність достоїнств представлених товарів. Вона змушує людину емоційно сприймати предмети, полегшує дізнання й може, завдяки символічному змісту, впливати на підсвідомість. Звичайно ж, для досягнення поставленої мети, композиція й кольори повинні діяти узгоджено. Серйозною проблемою для творців рекламної фотографії дотепер є правильність вибору. Втім правильність вибору – не менша проблема і в дизайні книги та WEB-графіки.

Процес професійної підготовки майбутніх графічних дизайнерів, окрім зазначеної інформації, повинен бути напругою пов'язаний із практичними навичками використання цифрових фотоапаратів і їх елементів, роботи і використання фотоаксесуарів, й авторських методів постобробки фотокадру, що безпосередньо пов'язане з вивченням спеціалізованих комп'ютерних програм.

Сьогодні ринок програмного забезпечення переповнений різними програмами і редакторами, що дозволяють обробляти і редагувати цифрові фото. Початківцю-дизайнеру і фотографу, що не занадто добре розуміє особливості тих або інших програмних засобів, іноді дуже складно розібратись в цьому різноманітті сучасного програмного забезпечення. Проте, правильний вибір програм для вирішення конкретного завдання з обробки фотознімків є однією із заповорок успіху отримання закінчених фотографій, впроваджених в дизайнерський проект.

Для якісної обробки цифрових фотографій прості фоторедактори не підходять, оскільки такі програми мають лише базові функції редагування, які не забезпечать реалізації задумів дизайнера. До них, наприклад, відносяться програми для перегляду фотознімків: Photo Express, ACD Systems, XnView, FastStone Image Viewer та ін.

До іншої групи графічних редакторів відносяться професійні програмні засоби, що мають величезні функціональні можливості з обробки і редагуванню цифрових фотознімків. Саме такими програмами користуються сьогодні професійні фотохудожники і дизайнери. Найбільш популярним графічним редактором цього типу є програма Adobe Photoshop, яка вже упродовж тривалого часу має неофіційне звання "фоторедактора номер один".

Дійсно, Adobe Photoshop містить в собі усі функції для редагування фотографій і вирішення практично будь-яких творчих і технічних завдань, пов'язаних з графічним дизайном. При цьому функціональність Adobe Photoshop можна за потребою розширити за допомогою плагінів або спеціальних доповнень, які випускає сама компанія Adobe Systems Incorporated і незалежні компанії, для багатьох з яких робота над подібними доповненнями є основним, якщо не єдиним, видом діяльності. Одним з таких потужних засобів, для різних видів корекцій фотографій є вбудований у Photoshop модуль Adobe Camera RAW.

Широки і дуже зручно реалізовані функції редагування і каталогізації фотографій має ще один чудовий фоторедактор – Adobe Photoshop Lightroom.

Професійні фотографи і дизайнери у всьому світі все частіше використовують новітні засоби і алгоритми обробки фотозображень, використовуючи для цього програмне забезпечення датської фірми Phase One – Capture One Pro. Результати конвертації RAW-файлів, сучасна технологія корекції знімків дозволяють досягти найвищої технічної і художньої якості фотографій, що, звичайно, прямо впливає на рівень дизайнерських проектів.

У цілому, можливості сучасних графічних редакторів сьогодні практично безмежні і їх застосування стало вже невід'ємною частиною всього процесу створення закінченої фотографії.

Перспективним є також впровадження курсу «Фотомистецтво» як окремої дисципліни в систему професійної фахової підготовки студентів спеціальності «Графічний дизайн», де будуть вивчатись основні аспекти історії і теорії фотомистецтва, сучасного фотомистецтва України і за кордоном та інше. Це надасть можливість щодо вивчення необхідного інструментарію в області традиційної і цифрової фотографії, дозволить побудувати зайняття на вивченні основ роботи з документальною, архітектурною, рекламною, арт- і fashion-фотографією, приділяючи увагу композиції, акцентам, постановці світла.

Список використаних джерел:

1. Яцюк, О. Основы графического дизайна на базе компьютерных технологий [Текст] / Ольга Яцюк. – СПб.: БХВ-Петербург, 2004. – 350 с. – 250 ил. ISBN 5-94157-411-8
2. Голомбински, К. Добавь воздуха: основы визуального дизайна для графики, веб и мультимедиа [Текст] / К. Голомбински, Р. Хаген. – СПб.; Питер, 2013. – 275 с. ISBN 978-5-496-00142-7
3. Джордж, К. Библия цифровой фотографии [Текст] / Крис Джордж. – М.: Эксмо, 2009. – 320 с. ISBN 978-5-699-32869-7
4. Скотт, К. Adobe Photoshop CS6 [Текст]: справочник по цифровой фотографии / Келби Скотт. – М. ООО «И.Д.Вильямс», 2013. – 458 с. ISBN 978-5-8459-1821