

Библиографические ссылки

1. Фестиваль «Каннские львы» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=813687> (дата обращения: 17.04.2020).
2. Уэллс У, Мориарти С., Бернетт Дж. Реклама: принципы и практика / пер. с англ. под ред. Л. Богомоловой. 7-е изд. СПб. : Питер, 1999. (Сер. «Маркетинг для профессионалов»).
3. Фестивальная реклама [Электронный ресурс]. URL: <https://adindex.ru/news/researches/2010/07/15/50994.phtml> (дата обращения 17.04.2020).
4. Интервью: Александр Бренер, творческий директор рекламного агентства Lowe Adventa [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/articles/2005/11/17/mark171105-2/> (дата обращения: 18.04.2020).
5. Призеры «Каннских львов-2019» из России: проект о похищениях невест в Киргизии, Utair о возвращении домой и др. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/marketing/72208-prizerykannskih-lvov-2019-iz-rossii-proekt-o-pohishcheniyah-nevest-v-kirgizii-utair-ovozvrashchenii-domoy-i-drugie> (дата обращения: 20.04.2020).

Е. А. Гилева

Научный руководитель:

М. В. Панкина

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина
Екатеринбург*

СИНТЕЗ РУЧНОЙ И КОМПЬЮТЕРНОЙ ГРАФИКИ В ДИЗАЙНЕ

Аннотация: рассматривается проблема подачи визуальных материалов в дизайне интерьера, проанализированы плюсы и минусы ручной подачи и компьютерной визуализации.

Ключевые слова: дизайн интерьера, визуальные материалы, компьютерная визуализация

E. A. Gileva

Scientific consultant:

M. V. Pankina

Ural Federal University

named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

Ekaterinburg

SYNTHESIS OF MANUAL AND COMPUTER GRAPHICS IN DESIGN

Abstract: the article considers the problem of supplying visual materials in interior design, analyzes the pros and cons of manual filing and computer visualization.

Keywords: interior design, visual materials, computer visualization.

Дизайн-проектирование в современных условиях, как и любая другая деятельность, очевидно, должно вестись с использованием всего арсенала технологий, в том числе и компьютерных, которыми общество располагает, тем более что дизайн — динамичная, междисциплинарная, инновационная сфера.

Учитывая тот факт, что дизайн интерьера часто основывается на методе комбинаторики, компоновки, компьютер и технологии компьютерной графики становятся, пожалуй, наиболее привлекательными и эффективными инструментами дизайнера для создания нескольких вариантов объекта, внесения правок в проект.

Среди дизайнеров не утихают споры о том, какой же способ подачи визуальных материалов более привлекательный, более художественный, более продаваемый, живой и душевный — ручная графика, 3D-моделирование в различных программах. Вопрос остается открытым, каждый выбирает то, что ему ближе. Рассмотрим плюсы и минусы ручной подачи и различных видов визуализации. Интерес к выбранной теме обусловлен тем, что в настоящее время автор статьи занимается дизайном интерьера и в дальнейшем планирует открыть свою студию.

Ручная графика (плюсы для дизайнера):

1. При должном навыке эскиз создается значительно быстрее, чем изображение на компьютере. Это важно на первом этапе выбора ведущей идеи и согласования ее с заказчиком.

2. Эскиз сам по себе может стать произведением искусства. Заказчик видит, что сотрудничает с профессионалом, больше доверяет дизайнеру.

3. Рисовать на компьютере может научиться каждый, а чтобы рисовать от руки, нужно иметь талант. Соответственно — это конкурентное преимущество и профессиональный имидж.

Компьютерная визуализация (возможности для дизайнера):

1. Позволяет добиться большего сходства с реальностью — фотореализма, что облегчает заказчику понимание конечного ожидаемого результата.

2. Легко внести правки в уже построенную модель, соответственно снижаются трудоемкость и количество затраченного времени, можно оперативнее реагировать на пожелания заказчика.

3. Часто визуализация лучше реализованного объекта. Это негативный момент, так как ожидания заказчика могут быть не оправданы. Ведь достаточно сложно в библиотеках объектов на сайтах подобрать именно те предметы мебели и оборудования, отделочные материалы, которые при реализации проекта будут куплены в магазинах. Качество идеальной визуализации лучше физического мира предметов.

Положительные стороны использования ручной графики для заказчика — прежде всего финансовые. Отказавшись от визуализации проекта, заказчик может существенно сэкономить свой бюджет. Процесс создания графического эскиза в процессе общения заказчика с дизайнером увлекателен, создает атмосферу доверия, сотрудничества.

Отрицательные стороны использования ручной графики для заказчика:

1. Ручная графика может частично не соответствовать реальности, нет той степени детализации и материальности перспективных изображений, которые возможно создать в 3D-редакторах.

2. Заказчику придется больше времени ждать правок. Нет возможности внести изменения в режиме реального времени, это процесс трудоемкий [1].

3. Нет возможности погрузиться в проект, посмотреть интерьер с разных ракурсов, увидеть анимацию, «пройтись» по интерьеру, количество видовых кадров ограничено.

Целесообразно ли исключить ручную графику из процесса проектирования?

Несмотря на то, что ручная графика не всегда дает полное представление об объекте проектирования, эскиз является начальным этапом проектирования, мы думаем, рисуя, эскиз передает основную идею заказчику, процесс создания ручной графики активизирует головной мозг, творческий потенциал дизайнера, появляются новые нестандартные идеи и решения. Проводят даже профессиональные конкурсы по подаче проектов в ручной графике, поскольку это становится признаком высокого мастерства и культуры мастера.

Ручную графику при подаче визуальных материалов используют именитые дизайнеры. Например, известный промышленный дизайнер Карим Рашид (США), который запустил в производство около 2 500 разработок, включая проекты дизайна мебели, посуды, модных аксессуаров, упаковки, фурнитуры, осветительных приборов, а также интерьеры, инсталляции и архитектурные проекты. Каждый проект он начинает с эскиза и на своем сайте представляет эти первые концепт-идеи.

Общество не стоит на месте и появляются новые способы подачи визуальных материалов. Виртуальная реальность (VR) появилась и в дизайне. VR — это мир нереальных, созданных дизайнером объектов, с помощью виртуального шлема человек видит реалистичную пространственную картинку. VR принципиально меняет то, как продается недвижимость. Если вчера человек смотрел на плоские фотографии и не мог понять, что же он в итоге получит, будет ли ему достаточно места, будет ли уютно в спальне, удобно на кухне, то сегодня с помощью VR он попадает в квартиру, которую построят через год, и может убедиться в том, что все именно так, как он и хотел.

Дополненная реальность — AR — дополняет реальный мир изображениями, текстами, видеоматериалами, графикой. Работает она таким образом: необходимо навести камеру смартфона, например, на лужайку и мы видим на экране, как на этой лужайке появляется указатель, вырастает магазин, появляются скамейка, автобусная остановка.

У каждого варианта визуализации свои плюсы и минусы. Экономические и коммуникативные факторы, время, отведенное на создание проекта, профессиональные умения дизайнера и желание заказчика влияют на выбор варианта визуализации. Важно, чтобы идея проекта была раскрыта и заказчик понимал, какой объект в итоге получится, а смежники могли выполнить свою часть работы. Важно не забывать, что главная цель дизайн-проекта — это не красивые картинки, а красивые и удобные офис, жилье или другой интерьер в реальности.

Библиографические ссылки

1. Митина Н. Дизайн интерьера. Как открыть свое дело [Электронный ресурс]. URL: <https://reader.bookmate.com/EKsAtm1s> (дата обращения: 20.02.2020).

К. М. Горина

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ И РЕКЛАМНЫЙ ОБРАЗЫ: СХОДСТВО И РАЗЛИЧИЯ

Аннотация: рекламу и художественное произведение мы воспринимаем, опираясь на их образы. Качество рекламы бывает столь высоким, что трудно провести границу между рекламным и художественным образом. Проведенный анализ позволяет провести границу между первым и вторым, а также выявить причины, по которым рекламный образ принимает вид художественного. Границы лежат в поле авторства, уникальности, цели