

# Видео документация: графичен дизайн и естетика

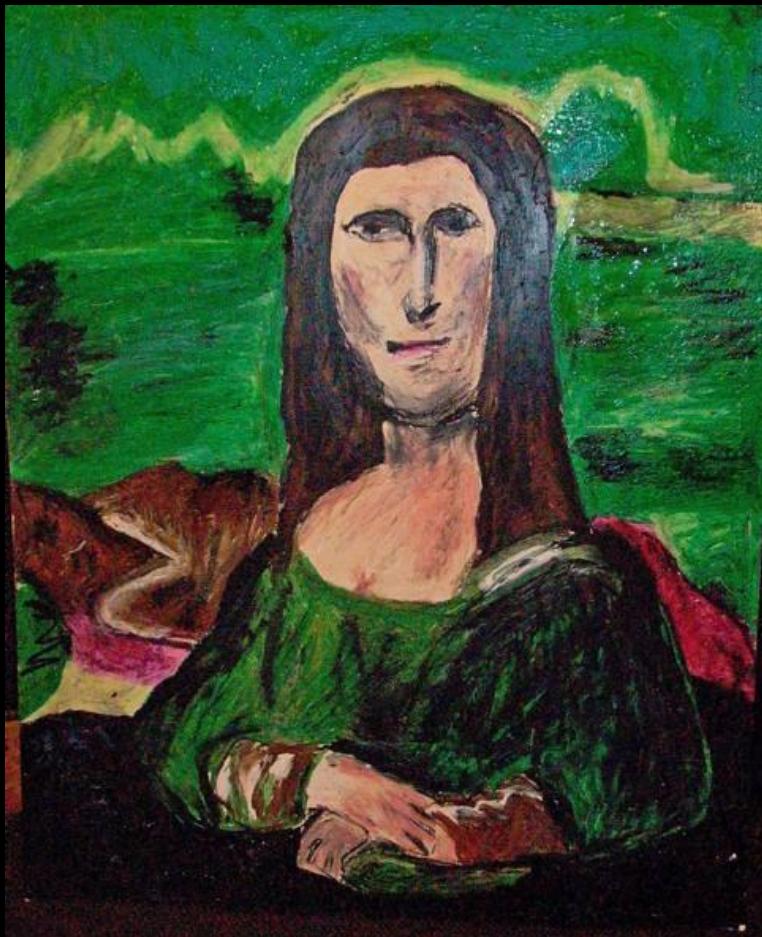
Драгомир Аначков  
Искрен Асенов

24.11.2020

# Встъпителни думи

- Кой сме ние?
- С какво се занимаваме?
- С какво ще се занимавате?

# Защо дизайн и естетика?



=



?!

# Ще си говорим за:

1. Принципи на композицията
2. Композиционен център
3. Основни графични елементи
4. Цветове
5. Изображения
6. Типография
7. Брандинг и идентичност

# 1. Принципи на композицията (1)

## ❖ Контраст

- Когато един обект е по-различен от друг обект по размер, цвят, форма, шрифт (при текст).
- Прави дизайна по-динамичен и предава посланието на зрителя/читателя по по-ефективен начин

## ❖ Консистенция → придаване на маса и усещане за обем на един обект

## ❖ Оптичен баланс → хармонично отношение на размерите на елементите в композицията

## ❖ Машаб → размер на обекта спрямо полето и спрямо другите елементи

# 1. Принципи на композицията (2)

## ❖ Хармония

- Сходство по признаци на елементи, цветове, фигури, форми.
- Консистентност, сходство, подобие, съчетание, съразмерност

## ❖ Йерархия

- Категоризиране и приоритизиране на определени елементи чрез размер, цвят, форма, за да се акцентираща върху тяхното значение.
- Тази визуална техника помага на зрителя да се ориентира по-лесно.

## ❖ Баланс

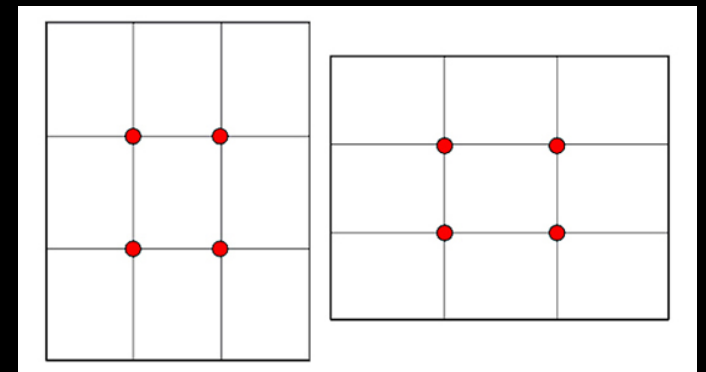
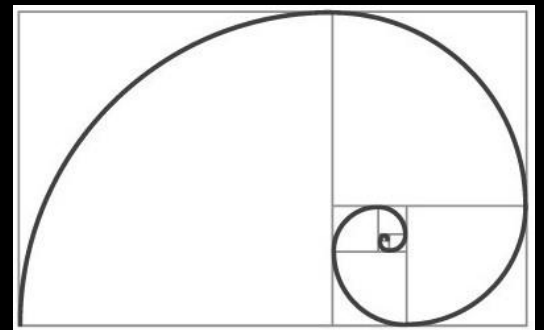
- Оптично равновесие на елементите в пространството (принцип на третините\*)
- Празни пространства (white space)
- Постоянство в подредбата на визуалните елементи
  - Пример в таблица: текст → ляво подравняване; цифри → дясно подравняване

## 2. Композиционен център

*Композиция – композиционен център + подчинени елементи + общо пространство + фон.*

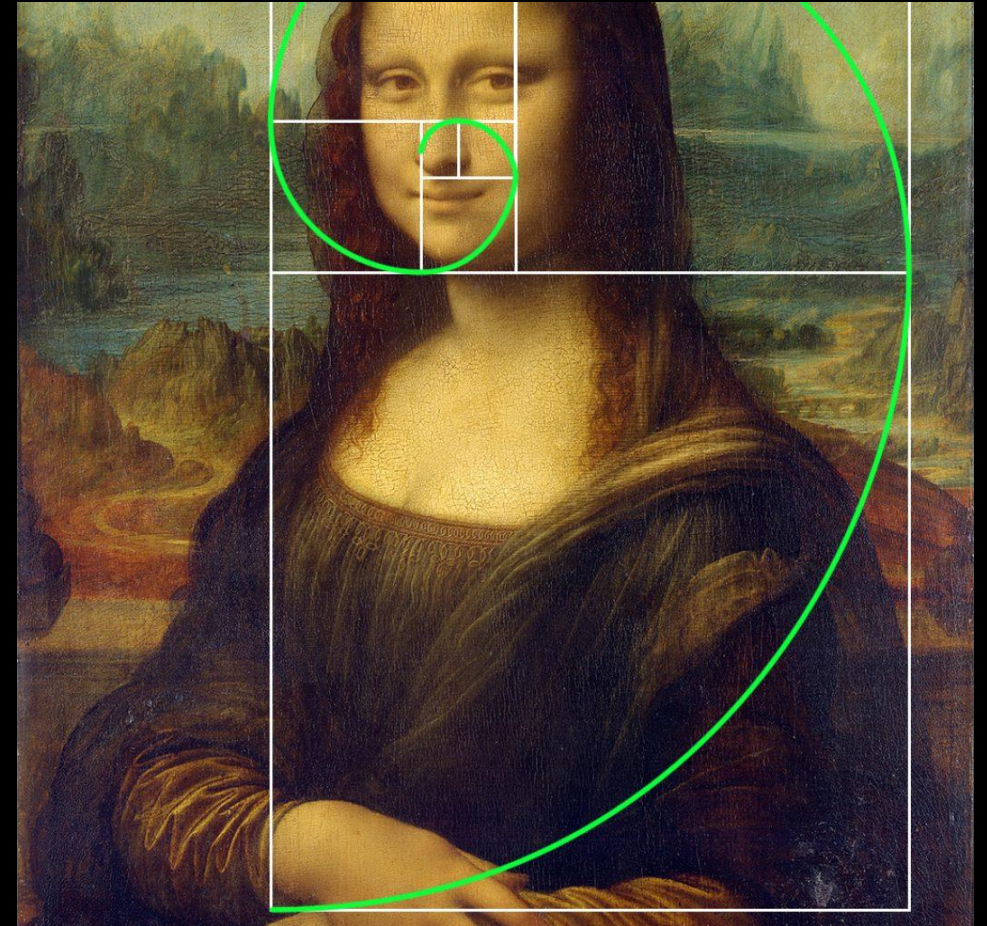
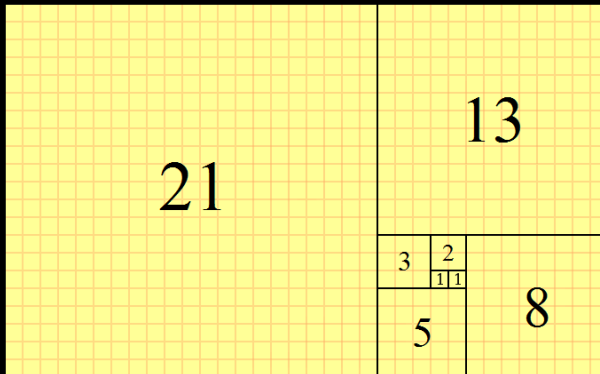
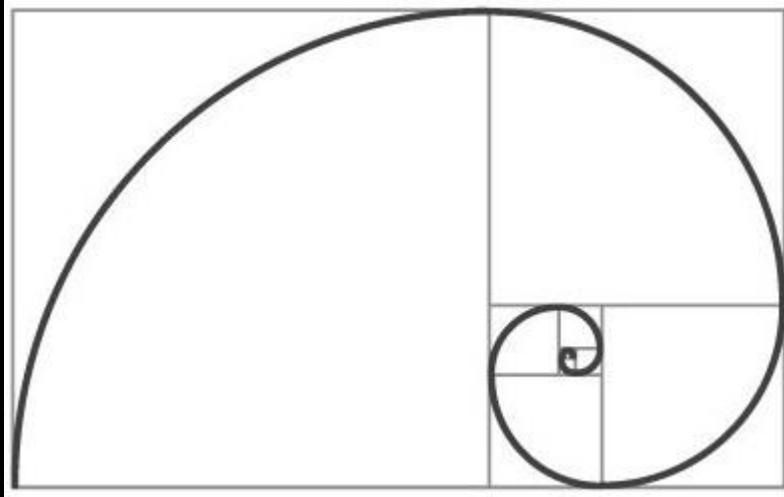
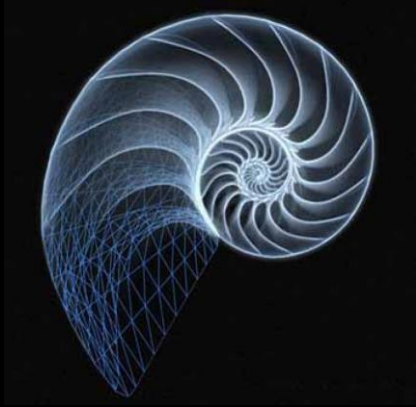
**Композиционен център е мястото което трябва първо да привлече вниманието на зрителя – основния фокус на сцената/картината.**

- От изобразителното изкуство – Златното сечение –  $\phi$  (фи) число изразяващо отношението на голяма към малка част в пропорция 1: 1,618. Смята се, че това е „златната пропорция“, основа на структурната хармония на която е базирана красотата в природата и човешкото тяло. Тази пропорция корелира директно с реда на Фибоначи. Елегантен начин да изберете център на своята сцена.
- От фотографията – правилото на третините. Разделяте полето на 9 еднакви/равни полета, като подреждате елементите от сцената по получената решетка.



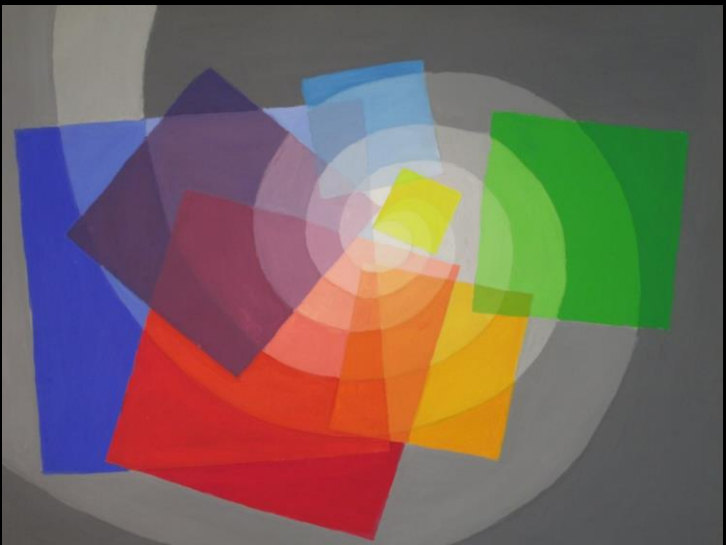
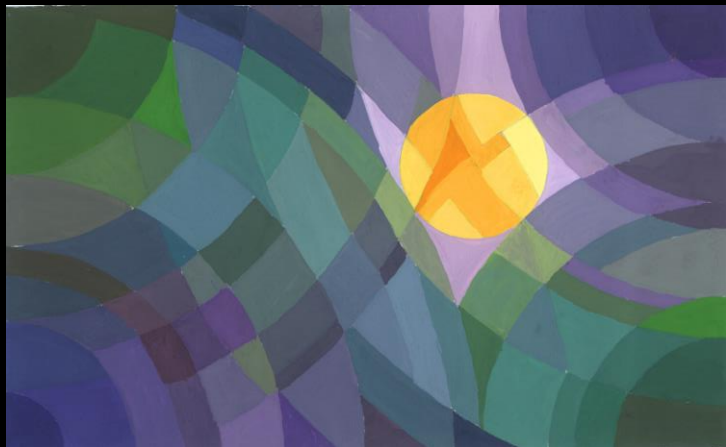


## 2. Композиционен център (примери)





## 2. Примери за композиция









© TIHOMIR E. MLADENOV  
tihomirmladenov.wordpress.com

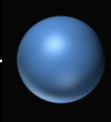
# 3. Основни графични елементи

❖ Точки ( . / ... ) , линии ( • — • ) и стрелки ( • —> )

❖ Фигури

- геометрични →   
- органични →   
- аморфни – т.е. с произволна форма (например, петна на Роршах)

❖ Форми в пространството = 3D фигури –



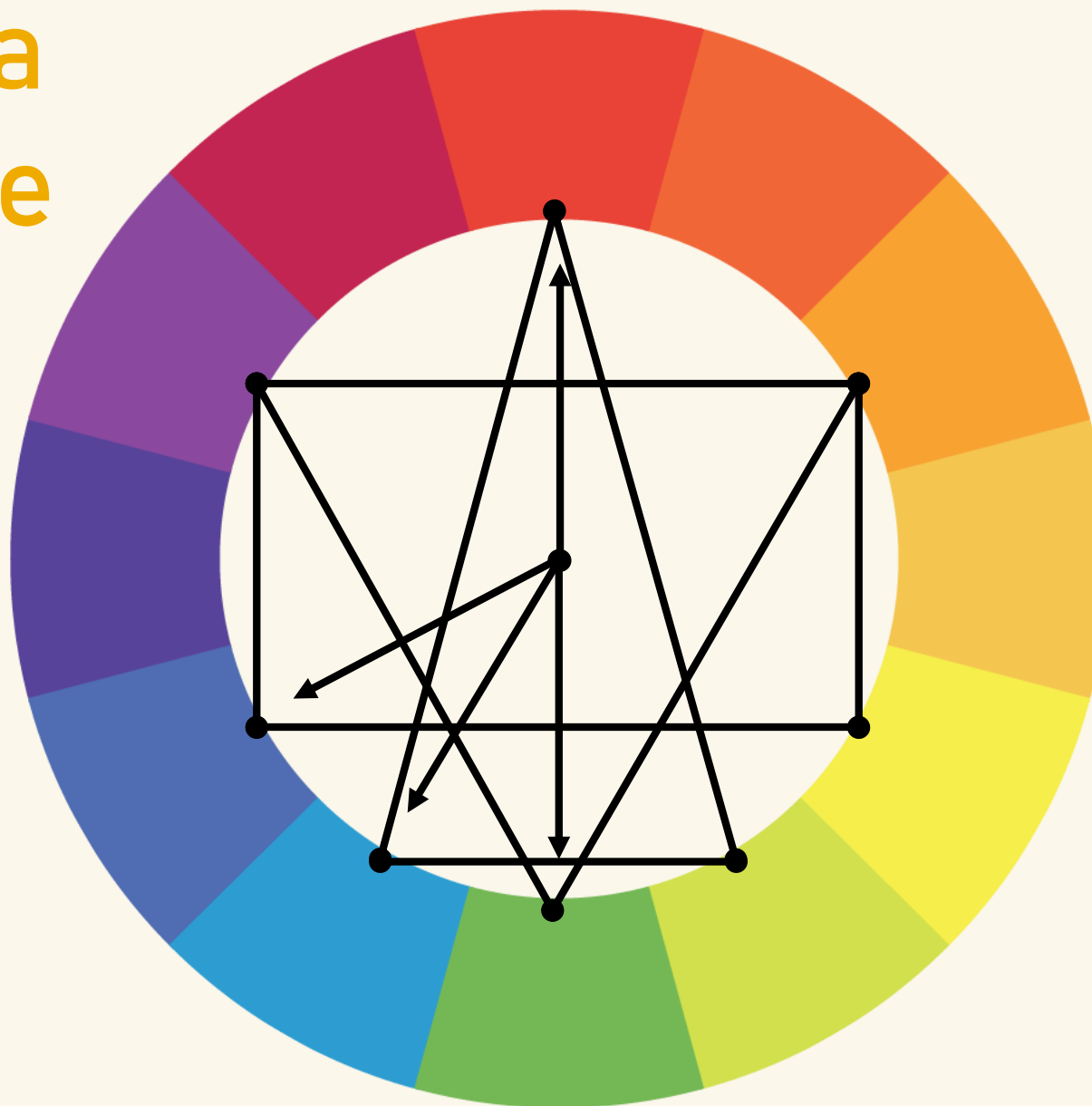
# 4. Цветове

- ❖ Първични (основни), вторични и смесени цветове
- ❖ Топли и студени цветове
- ❖ Ключът към по-нюансираните цветове:
  - Hue (цвят)
  - Saturation (наситеност) → блед цвят vs. наситен цвят
  - Value (стойност) → яркост (по-светъл или по-тъмен цвят)
- ❖ Създаване на цветови схеми с помощта на колелото на цветовете и следните формули:

За повече информация: <https://color.adobe.com/create/color-wheel>



# Колело на цветовете



Това което показвахме в анимираната презентация на лекцията е илюстрирано в следното клипче:

[Understanding how to use the color wheel](#)

# 5. Изображения

Изображенията привличат аудиторията и могат да направят видео или графика незабравими.

## ❖ Растерни и векторни изображения

- Растерните се състоят от мрежа от милиони малки пиксели.
- Векторните се състоят от вектори и променливи. Това им позволява да не губят качество при смяна на мащаба.

## ❖ Според произхода, стокови и авторски изображения

- Стоковите ги набавяте наготово, обикновено на определена цена.
- Авторските ги правите вие.

## ❖ В служебен контекст, какви да бъдат изображенията?

- Целите да покажете уникалност и новост – та автентични/авторски са препоръчителни
- Избягвайте тривиалните; дори и популярни, придавайте ваш привкус на изображението
- Да са с висока разделителна способност/dpi: няма загуба на качество при високи разделителни способности и размери

# 6. Типография (1)

Типографията е начинът, по който се изобразява даден текст.

С правилно използване дори само на текст с правилния шрифт и разположение, вие можете да направите запомнящ се и разбран от зрителя плакат, диплянка, или рекламен флаер, например. Същото важи и за GUIто на вашия продукт, и за неговите клиенти.

❖ По-често срещани шрифтове:

- **Серифни (с курсив)**: с линейни украшения в края на гредите на буквите, както в този пример
- **Несерифни (без курсив)**: без украшения

❖ Избор на шрифт: зависи от посланието, което искаме да отправим

*Съвет:* В служебен контекст избягвайте шрифтове с шеговит вид като *Comic Sans*, *Comic Sans MS*, *Papyrus* и подобни, освен ако изрично не целите комичен ефект.

За заглавия и при наличие на малко текст, например, можете да пробвате *Script*, *Blackletter*, **ALL CAPS**. **Но не забравяйте, че контекстът е от значение!**

❖ Комбиниране на шрифтове (малко на брой; за напреднали )



# 6. Типография (2)

Други важни параметри в типографията:

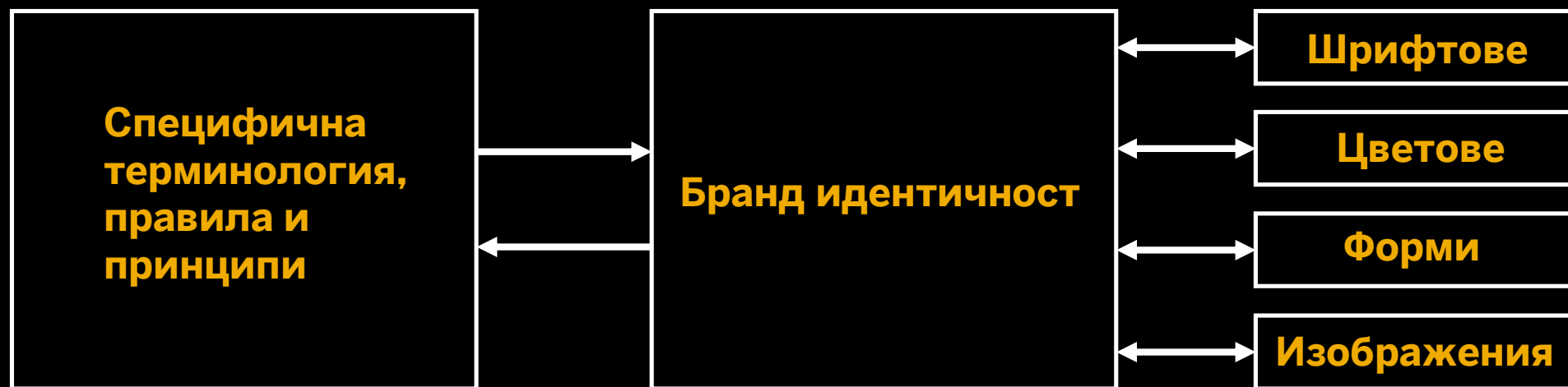
- ❖ **Кърнинг (kerning)**: разстоянието между точно определени символи
- ❖ **Лединг (leading)**: разстоянието между редовете (т. нар. line spacing)
- ❖ **Тракинг (tracking)**: разстоянието между символите (т. нар. character spacing)
- ❖ **Йерархия (hierarchy)**: поставяне на фокус върху определен текст с цел открояване

# 7. Брандинг и идентичност (1)

Фирмената асцеденция е пълният фирмен облик под формата на стандартизирани за фирмата графични елементи, цветове, шрифтове, схеми за разположение, текстури, както и правила за използването им. „Фирменият брандинг“ е популярният термин за същото понятие.

- ❖ **Лого** – съвкупност от икони и евентуално текст
- ❖ **Цвят** – избира се палитра от цветове, които да допълват по най-добър начин продукта; например, за IT продукти/компани обикновено се подбират студени цветове
- ❖ **Типография** – избор на шрифт; обикновено без курсив, но отново зависи от контекста
- ❖ **Изображения** – пиктограми, икони, снимки, анимации (.gif), предефинирани „шапки“ (intro) и заглавни табели, и други

# 7. Брандинг и идентичност (2)



# Упражнение (по желание! 😊)

Подгответе примерен документ (например: флаер, бланка, визитка) на ваша startup компания, който да съдържа:

- ❖ Два (или три) цвята по избор

- Съвет: Прегледайте формулите от колелото на цветовете.

- ❖ Шрифт и размер на шрифта

- Съвет: Можете да си набавите шрифт от сайт като [dafont.com](https://dafont.com).

- ❖ Подредба на лого, футър, хедър

- Няма нужда да създавате логото.

Ако желаете да направите упражнението, добавете файловете в личната ви Google Drive папка за курса. Бонус точки за направилите домашното! 😊

# Полезни източници

- [Основи на дизайна](#)
- [Брандинг и идентичност](#)
- [Подреждане на графичните елементи](#)
- [Цветове](#)
- [Изображения](#)
- [Типография](#)



/end: Благодарим Ви за  
вниманието!

Нека въпросите започнат сега!