

VIXUAL

ЖУРНАЛ СТУДЕНТОВ КАФЕДРЫ МЕДИАДИЗАЙНА ВШЖИМК СПБГУ / 2016



ОТ РЕДАКЦИИ

В стандартном редакционном коллективе дизайнер – штучный экземпляр. Ему могут требоваться только помощники, выполняющие указания со словами: “Да, шеф”.

У нас – другая ситуация. Весь штат учебного журнала “VIЖUAL” состоит из двенадцати дизайнеров, из которых 11 – девушки. Как такому числу хозяек удалось не рассориться на одной кухне, а молодой человек вынес этот полный женской логики процесс? Секрет прост: мы не шеф-повара, мы только учимся. А для достижения нового уровня всегда нужно принимать критику и учиться на совместных ошибках.

Итак, журнальная редакция состоит из одних верстальщиков. “Откуда же тогда взялись почти 60 полос текста?”, – спросите вы. Но мы же на факультете журналистики. Создавать тексты наша группа научилась давно, сейчас мы превращаем их в красивые объекты. И вам советуем. На протяжении всего номера.

Мы изучаем разные грани визуальной журналистики: полиграфический дизайн, фотография, веб-дизайн. И на этих страницах решили рассказать простым языком новичка о том, что уже успели освоить. И создать собственную концепцию оформления, ключевыми определениями которой стали слова легкость, воздушность и современность.

“VIЖUAL” будет интересен каждому, кому по сердцу слово “дизайн”. Второкурсник, выбирающий кафедру, найдет здесь много теоретических и не меньше практических советов, а преподаватель лишний раз проверит, как мы усвоили полученные в этом семестре уроки.

Работа велась на международном уровне: Мария Карнахова провела этот семестр в Дании, обучаясь по программе “Journalism, multimedia and world politics”. Чему научилась и чего насмотрелась, расскажет далее.

Итак, мы предлагаем вам вместе постичь азы кухни медиадизайна: знать, как не пересолить, довести до нужной консистенции и подать так, что читатель облизнет пальчики. Приступаем!

Влюбленная в свой первый блин,

Редакция “VIЖUAL”

СОДЕРЖАНИЕ

ДИЗАЙН В ПОЛИГРАФИИ

- Борьба за визуальный вкус:
художник учит журналистов _____ 6-9
- О трендах в печатном
дизайне: мировые тенденции _____ 10-13
- Must have каждого дизай-
нера: горячие клавиши _____ 14-19

ФОТОГРАФИЯ

- История сохраненного
момента: начало фотографии _____ 22-25
- Павел Маркин: фотография
сегодня и 50 лет назад _____ 26-33
- Строго документально!
Документальная фотография _____ 34-37
- Чашка чая для модели: что
нужно знать о съемке в студии _____ 38-39
- Золото в хаусе: отображе-
ние «спиритуального опыта» _____ 40-41
- Совершенно секретно:
фотошоп для чайников _____ 42-45

ВЕБ-ДИЗАЙН

- О сложном просто: говорим
на языке кода _____ 48-51
- Долой стереотипы! Приемы
верстки, оживляющей сайт _____ 52-55
- Меньше - лучше: как видят
веб-дизайн в Скандинавии _____ 56-59



VIXUAL #1
декабрь 2015

Адрес редакции:
1-я линия В.О., 26
Санкт-Петербургский
государственный университет,
Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций

Над номером работали:

Анна Горохова
Екатерина Петроченкова

Анастасия Башмакова
Анастасия Захарова
Ксения Какаулина
Мария Карнаухова
Анастасия Кочегарова
Илона Пимянова
Екатерина Писарева
Дарья Полудина
Александра Полукеева
Андрей Шуршев

Корректоры:
Анастасия Далматова
Виктория Бабаева

Выпуск подготовлен
под руководством
Е.В. Малиновской



ДИЗАЙН
В ПОЛІГРАФІЇ





**АННА
ГОРОХОВА**

На факультет журналистики приходят люди, способные творить. Но ведь творчество бывает разным, и умение правильно строить предложения, которое требовалось на ЕГЭ по литературе и русскому, не обеспечит успех на кафедре медиадизайна.

Это место открывает новый мир таким закоряклым любителям слова, как я. Теперь это слово не только пишется, но еще и оформляется, впитывая новые и новые смыслы, чтобы поделиться ими с будущим читателем.

«Привыкайте мыслить другим полушарием», – такими словами завершил первое занятие по графическому дизайну Василий Дмитриевич Бертельс. Пусть эта фраза станет девизом каждого, кто подружится с фотоаппаратом и пером, станет полиглотом с языками программ Adobe InDesign, Illustrator, Photoshop и других. А пока предлагаю послушать, что еще скажет новичкам мастер.



О ТОМ, ГДЕ СОЕДИНЯЮТСЯ МИР ВИЗУАЛЬНЫЙ И МИР ВЕРБАЛЬНЫЙ И ЧЕМУ ХУДОЖНИК МОЖЕТ НАУЧИТЬ ЖУРНАЛИСТОВ, – ВАСИЛИЙ БЕРТЕЛЬС, СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ КАФЕДРЫ МЕДИАДИЗАЙНА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ СПбГУ.

– Василий Дмитриевич, Вы называете себя «хроническим визуалом». Но учиться к Вам приходят люди «вербальные». Как приучить их мыслить другим полушарием?

– Этот процесс сродни разгрузке вагонов с углем. Но у меня уже давно отработана методика. За основу я когда-то взял систему «Баухауза» – высшей школы строительства и художественного конструирования начала XX века, что-то добавил от себя. Это цепочка упражнений, где студенты могут использовать свои вербальные навыки и попутно втягиваться в процесс визуального мышления.

– Вы всегда отмечаете важность связи слова и изображения. Можно ли сказать, что студенты факультета журналистики легче видят ее?

– Я заставляю их увидеть. Ведь некоторые даже не подозревают о ее существовании. Кстати, могу сказать, что при обучении этому студентов-дизайнеров возникает больше проблем. Они выполняют упражнения в профессиональных шорах и не могут включить вербальное воображение. Расставить по законам черные квадраты на листе они способны, но не могут создать образ, имеющий под собой текст-подпись. Неумение создать литературную конструкцию – это серьезный недостаток системы образования в дизайне.

– Как дизайнер должен работать со словом, которое ему дано для «оформления»?

– Приступать к дизайну без прочтения текста нельзя. Хотя и не всегда на это есть время. Когда рабо-

БОРЬБА ЗА ВИЗУАЛЬНЫЙ ВКУС



1,618

1,118

таешь в периодике, то сдача номера – это сумасшедший дом. Но это необходимое условие, как и то, что дизайнер должен разбираться в теме. В издательстве «Гидрометеоиздат» я как-то делал обложку к книге «Термодинамика верхних слоев океана». Пришлось стать

сведущим в этом вопросе. Говорят, что дизайнер – это человек, который всю жизнь занимается не своим делом. Ему приходится каждый раз погружаться в новую сферу, как и журналисту.

– Может ли дизайнер обойтись одним талантом, без теоретических знаний?

– В графическом дизайне нужно знать о кегле, интерлиньяже, иметь чисто технические и технологические навыки. На одном таланте сейчас далеко не уедешь. Хотя дизайнер может все делать руками иллюстраторов, фотографов и макетчиков, но иметь хорошую голову.

Как Дэнис Хоффман, работавший креативным директором компании «CBS». Поэтому здесь первична, скорее, идея.

– Стало ли сегодня в журналистике больше места визуальному творчеству?

– Мне не ясно, почему сейчас состояние дизайна ухудшают будто намеренно. После выхода издания с гениальными решениями его целенаправленно доводят до банальности. Могу назвать лишь несколько изданий на мировом рынке, которые соответствуют уровню дизайна XXI века. Это журналы компании Frame Publishers: «Mark», «Frame» и «Elephant», неплохой дизайн у журнала «Icon», модного журнала «Bon», профессиональных изданий «Baseline» и «Print».

В нашей стране дизайнера в штате редакции часто и вовсе нет. Это человек вредный: у него нет вдохновения, а тут номер сдавать нужно. Сверстали наспех – и готово. Основная проблема СМИ в том, что главные люди там – вербалы, зачастую вообще ничего не знающие о визуальной специфике.

– Это негативно влияет на публику?

– Скорее, здесь происходит обратная реакция. Я часто говорю студентам, что мимо киосков «Роспечати» нужно проходить с широко закрытыми глазами. Собственно, на общий уровень дизайна влияет целевая аудитория. Выбьешься из вкусовых предпочтений – не продашь свой товар.

– Аудитория не любит ничего нового?

– Да, всему виной сила инерции. На первых выставках постимпрессионистов негодующие дамы пытались проткнуть полотна зонтиками. Люди плохо расстаются с привычками, а уж с визуальными и подавно. Ведь если вы предложите новую математическую формулу, отреагируют на это только математики, а в нашем вопросе – все специалисты.



«100 лет Черному квадрату», 2015

– Как же с этим бороться?

– Собственно, постоянно этим и занимаюсь, преподавание –

один из методов борьбы. Нужно постепенно повышать планку. Каждый из нашего Санкт-Петербургского Союза дизайнеров борется в одиночку, вместе мы создаем образовательные проекты. Но для более крупных действий нужна поддержка городских властей, чего у нас не наблюдается. А вот Голландии, к примеру, есть шрифтовая полиция.

– Чем же она занимается?

– Публикует вновь появившиеся отвратительные шрифтовые решения и выставляет их на всеобщий позор. И таким образом воспитывает культуру и вкус. У нас пока интереса к этому нет.

– Вы обучаете журналистов уже 18 год. А как Вы сами определяете свою близость к журналистике?

– Я всегда любил заниматься книжной иллюстрацией, потому



«Птицы», 2015



«Макбет. Кино». Второе место в номинации «Графический дизайн. Категория А» на X Петербургской биеналле дизайна «Модульор – 2015»

что меня интересует взаимосвязь слова и изображения. В этом отношении я приближен к журналистике.

Когда кафедра создавалась, Владимир Никитин уговаривал меня прийти преподавать полтора года. Я согласился, только когда увидел здесь серьезную компьютерную базу.

– Можно ли вообще научить студентов творчеству?

– Самое главное в этом случае – ничем не мотивированная внутренняя необходимость студента. Если перед ним стоят только материальные цели, то творчество маловероятно. А вообще, моя идея и цель – подготовить кадры, которые смогут оценивать уровень современного дизайна и понимать, что ему необходимо в данный момент.

– Как бы Вы модернизировали программу вашего курса?

– Я бы просто добавил времени. Это обоснованно, ведь в названии кафедры звучит слово «дизайн». Хотелось бы проводить не одну пару, а хотя бы две подряд.

Но наша программа довольно разумно выстроена и дает студентам конкурентное преимущество в дизайне периодиче-

ских изданий. Ни «Муха» (сейчас государственная художественно-промышленная академия им. А.Л. Штигица) ни факультет искусств СПбГУ этим не занимаются. Ведь для этого нужны специфичные технологии, это скучная материя, но важный фундамент. К тому же, студенты-дизайнеры не знают, как пишутся тексты, слабо знакомы с медийной фотографией.

– Значит, наши выпускники точно найдут применение в профессии?

– Конечно, все зависит от человека... Выпускники СПбГУ едва ли смогут конкурировать с дизайнерскими кафедрами при создании фирменных стилей, плакатов, логотипов. Но в периодике смогут точно. И рабочие места им способны обеспечить даже самые известные петербургские газеты, у которых зачастую не произведен даже расчет модульной сетки.

Дизайн периодики – самая сложная штука. Нужно собрать воедино много составляющих, работая в малоуправляемых условиях и цейтноте. Сохранить единый стиль при этом непросто, но это хорошая школа выживания для творческой личности.



ВАСИЛИЙ ДМИТРИЕВИЧ БЕРТЕЛЬС

1976 – ЗАКОНЧИЛ ОТДЕЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ГРАФИКИ И УПАКОВКИ ЛЕНИНГРАДСКОГО ВЫСШЕГО ХУДОЖЕСТВЕННО-ПРОМЫШЛЕННОГО УЧИЛИЩА ИМ. В. И. МУХИНОЙ.

1976–1984 – СВОБОДНЫЙ ХУДОЖНИК.

1984–1989 – ХУДОЖЕСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР В ИЗДАТЕЛЬСТВЕ «АВРОРА».

1987 – ВКЛЮЧЕНИЕ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ СОЮЗ ДИЗАЙНЕРОВ.

1990–1997 – СВОБОДНЫЙ ХУДОЖНИК.

1997 – СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ КАФЕДРЫ ПРОИЗВОДСТВА И ОФОРМЛЕНИЯ ПЕРИОДИЧЕСКИХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ ФАКУЛЬТЕТА ЖУРНАЛИСТИКИ СПБГУ (СЕЙЧАС КАФЕДРА МЕДИАДИЗАЙНА И ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ).

1998 – СЕРЕБРЯНЫЙ ДИПЛОМАНТ ВЫСТАВКИ-КОНКУРСА «ЛУЧШИЙ ДИЗАЙН ГОДА».

1999–2000 – АРТ-ДИРЕКТОР ЖУРНАЛА «ЧАСТНАЯ АРХИТЕКТУРА».

2005 – ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК ЖУРНАЛА «ТАЛИОН».

2005–2006 – ГЛАВНЫЙ ХУДОЖНИК ЖУРНАЛА «СЕАНС».

2001–2011 – СТАРШИЙ ПРЕПОДАВАТЕЛЬ ПРОГРАММЫ «ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН» ФИЛОЛОГИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА СПБГУ.

2015 – СЕРЕБРЯНЫЙ ДИПЛОМАНТ МЕЖДУНАРОДНОЙ БИЕННАЛЕ ДИЗАЙНА «МОДУЛЬОР».

УЧАСТНИК ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ВЫСТАВОК.

РАБОТЫ ВАСИЛИЯ БЕРТЕЛЬСА НАХОДЯТСЯ В ЧАСТНЫХ СОБРАНИЯХ РОССИИ, ЭСТОНИИ, ГЕРМАНИИ, ФРАНЦИИ, БЕЛЬГИИ, ГОЛЛАНДИИ И ДАНИИ.



АНАСТАСИЯ
КОЧЕГАРОВА

Когда я узнала, что перед нами стоит задача создать журнал в одной команде, как ни странно, я обрадовалась. Потому что уже успела заметить, что на нашей кафедре меня окружают творческие люди, у которых есть оригинальные идеи, нестандартные решения.

Воодушевление только возросло, когда мы разрабатывали концепцию, поедая пиццу в уютном кафе. И вот перед глазами уже развороты, заголовки, иллюстрации, студенты, читающие наш журнал...

Ложку дегтя в эту радужную картину добавил рабочий процесс. Оказалось, что не так просто нам собраться всем вместе и начать работать. Выяснилось, что почти каждый из нас считает свою собственную идею самой гениальной на свете, поэтому готов спорить, отстаивать и доказывать до потери пульса. В итоге работа над журналом затянулась (одни шрифты мы выбирали, кажется, три недели), времени осталось все меньше, а недовольных ухмылок на лицах ребят все больше.

Мы не реализовали многое из того, что изначально задумывали: ни инфографики, ни раздела со студенческими работами, ни портретов преподавателей. Наверное, это судьба любого творческого проекта — быть воплощенным не до конца, и это к лучшему. Ведь получилось-то не так ужасно, как казалось на середине пути. Главное, что нам удалось сохранить концепцию, договориться и согласовать свои действия.

Надеюсь, через 10 лет нам будет нестыдно пересматривать этот журнал.

О ТРЕНДАХ В ПЕ



Stephane Kélian
Collection FW15
Photos & design:
les Graphiquants

СТРАННО ПИСАТЬ СТАТЬЮ НА ЭТУ ТЕМУ В 2015 ГОДУ: КАКИЕ ТРЕНДЫ МОГУТ БЫТЬ У ПЕЧАТНОГО ДИЗАЙНА В ТО ВРЕМЯ, КОГДА САМ ПЕЧАТНЫЙ ДИЗАЙН НЕ В ТРЕНДЕ? И ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ПОКА ВЕБ БЕЗЖАЛОСТНО ВЫТЕСНЯЕТ ПОЛИГРАФИЮ, А ПОСЛЕДНЯЯ ОТЧАЯННО ПЫТАЕТСЯ ВЫЖИТЬ В ЭТОЙ НЕРАВНОЙ БОРЬБЕ, ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН В ПЕЧАТИ ПРОДОЛЖАЕТ РАЗВИВАТЬСЯ И В СТРЕМЛЕНИИ СООТВЕТСТВОВАТЬ ПОСЛЕДНИМ МОДНЫМ ТЕНДЕНЦИЯМ БЕРЕТ ПРИМЕР С ВЕБ-ДИЗАЙНА.

ЧАТНОМ ДИЗАЙНЕ



ПРИНЯТЬ ФОРМУ

Конкретные формы и четкие геометрические фигуры — следствие той революции, которую произвел плоский дизайн в

интернете. Всё началось с геометричных иконок и логотипов, но теперь простые формы заполняют фон и образуют содержание, геометрия приводит смысл в форму.

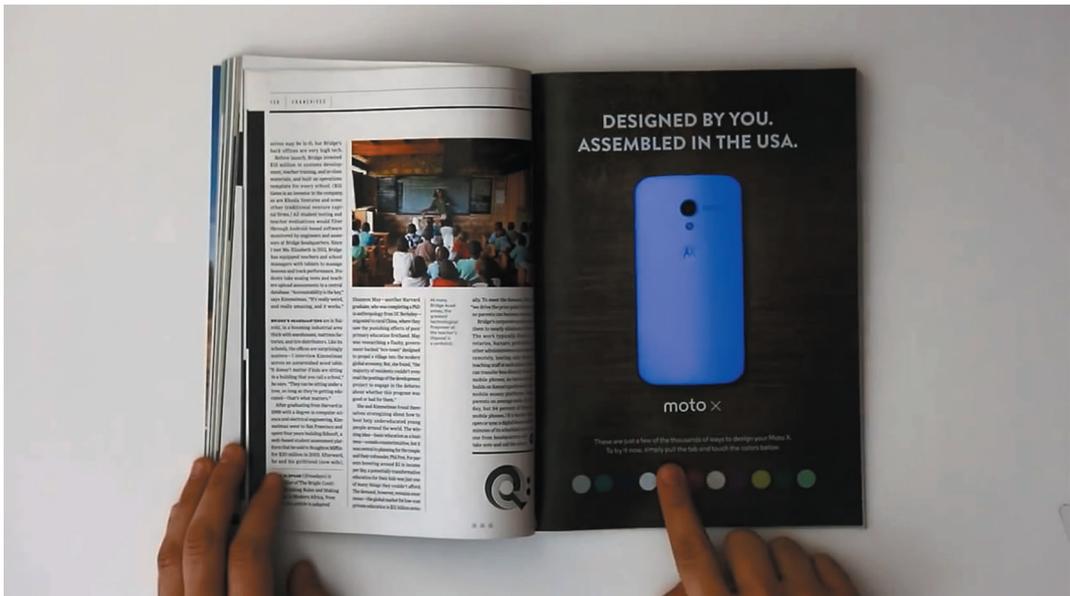


PANTONE
Color of the Year

ЦВЕТА

Цветами 2016 года Pantone назвал сразу два цвета: Rose Quartz и Serenity. Они воплощают гармонию между теплыми розовыми тонами

и прохладным спокойствием синего оттенка. По мнению сотрудников Pantone Color Institute, эта цветовая комбинация призвана привнести в дизайн чувство покоя и безопасности в противовес стрессу современной жизни.

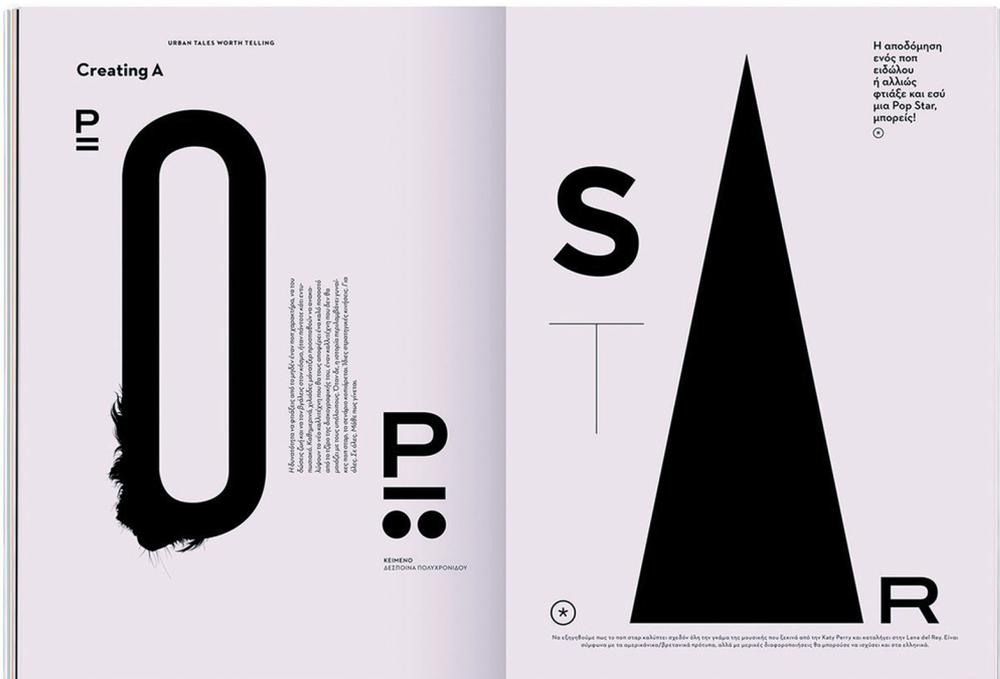


Интерактивная реклама
Moto X в журнале WIRED

ИНТЕРАКТИВ

Следующий тренд, который позволяет полиграфии не отставать от мобильного веба — интерактивные элементы. И в первую очередь, этим активно пользуется реклама: современные технологии ничем не ограничивают полет фантазии, а оригинальные решения привлекают внимание

и надолго запоминаются. К примеру, для рекламы нового смартфона Motorola встроила в журнальные страницы панель, которая позволяет менять цвета телефона на картинке. А реклама автомобиля марки Peugeot предлагает читателю ударить по странице журнала с фотографией машины, от чего на следующем развороте с изображением передней части салона срабатывает миниатюрная подушка безопасности.



Pepper Magazine

ΤΙΠΟΓΡΑΦΙΚΑ

Κ счастью многих дизайнеров, Helvetica осталась в прошлом. Сегодня многие отдают предпочтение авторским и рукописным шрифтам. Кроме того, буквы, как

и фигуры, встраиваются в изображение и становятся смысловым центром композиции. Типографика абсолютно точно стала предметом всеобщего внимания и объектом искусства, который мощно влияет не только на дизайн, но и на брендинг.



АНАСТАСИЯ
БАШМАКОВА

Запомните, друзья! Всё порой меняется очень неожиданно и невовремя. Текст, который предназначался для этой колонки сейчас расположен на правой стороне разворота. По этой причине изменилась логика поествования, но я верю в сообразительность и благосклонность читателя.

Хочется пожелать смелости, уверенности в себе и трудолюбия. Трудитесь и не останавливайтесь.

Я искренне верю, что наш журнал состоит как полноценное, гармоничное и интересное издание. Для нас оно уже состоялось. И пусть где-то тире вместо дефиса или вишячая строка. Мы молодцы, просто потому что взяли и сделали! Это оромный профессиональный опыт. Проверка на прочность во всех отношениях: творческих, дизайнерских, волевых. Это не просто буквы, рисунки, инфографики, колонтитулы... За всем этим кроется наш труд и наша душа.

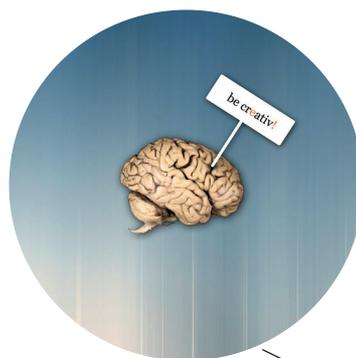
А это на данный момент для меня и, думаю, для моих друзей-коллег – самое главное.

MUST КАЖДОГО

СВОЙ МАТЕРИАЛ МНЕ БЫ ХОТЕЛОСЬ НАЧАТЬ СЛОВАМИ: «ДОРОГОЙ ДРУГ С КАФЕДРЫ МЕДИА-ДИЗАЙНА, ВСЁ, ЧТО НАПИСАНО В ЭТОМ МАТЕРИАЛЕ НЕ ЯВЛЯЕТСЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО АВТОРСКИМ ТЕКСТОВЫМ ПРОИЗВЕДЕНИЕМ, ОДНАКО ИНДИВИДУАЛЬНО ТВОРЧЕСКИМ НА ВСЕ СТО ПРОЦЕНТОВ!»

Дизайнер – человек не только творческий, но и технически подкованный. Профессионал своего дела или человек, стремящийся стать профессионалом, должен знать горячие клавиши программ Adobe, чтобы облегчить и ускорить творческий процесс, и не заикливаться на технической части.

Многие комбинации клавиш указаны в меню, рядом с названием команды. Далее – самые часто употребляемые из них.



Умные мысли не приходят сразу. До них нужно прийти собственным желанием и трудом.



KNOW ДИЗАЙНЕРА

На данный момент верстка моего разворота не готова, в голове нет его целой картинки. Значит, надо вдохновляться. В этом вся прелесть нашей работы. Вдохновение, воодушевление и счастье помогут на нелегком творческом пути.

Визуальная журналистика. Идти или не идти?

ВЕРСТКА. Сидишь за компьютером битый час. Правая рука неподвижно лежит на мышке, левая судорожно носится по клавиатуре: «Ctrl+C, Ctrl+V, Ctrl+C, Ctrl+V...» Но не чувствуешь, глаза впечатались в экран.

ФОТО. Изучаешь характеристики фотоаппарата. Интересуешься творчеством известных фотографов. Знаешь их работы наизусть, восхищаешься... Взял камеру, пошел снимать. День... два... три... Берешь штатив. Четыре... пять... Одна достойная карточка, и на этом спасибо случают, а не профессионализму.

В общем, жизнь – не сказка. Но если вы испытываете страсть к сидяче-бегающему образу жизни, нервно-трясущимся пальцам, вечно тикающим глазам, то добро пожаловать!

А если серьезно, то кафедра визуальной журналистики – творчество, полет и бессонные ночи.

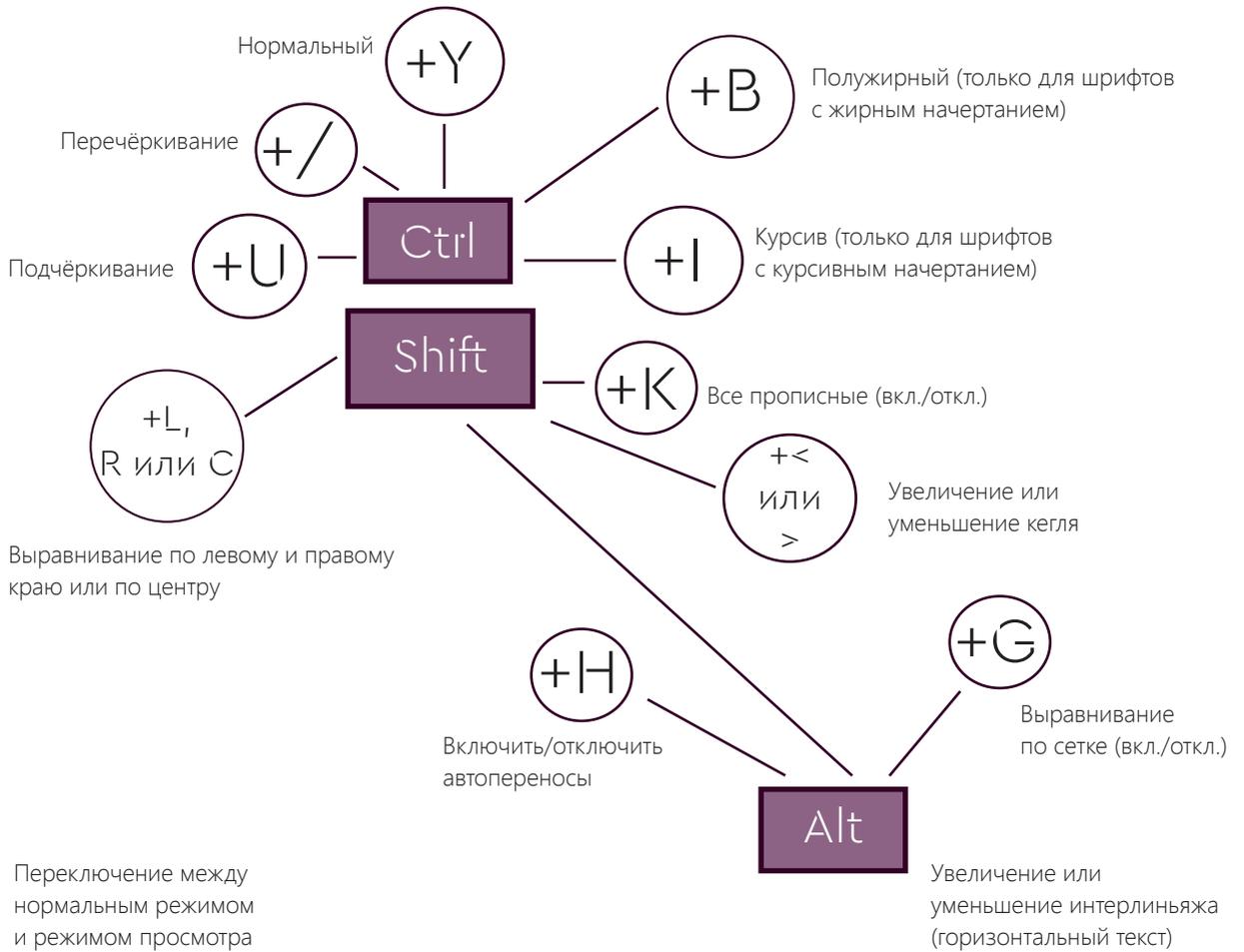
Найти своё призвание непросто, но если здесь вы почувствуете себя в своей тарелке – это здорово! Ведь это творческий полет, самореализация, постоянное развитие и получение новых знаний!

P. S. Не останавливайтесь на достигнутом.



InDesign

Позволяет создавать уникальные проекты для печатных и электронных изданий, приложений и интерактивных онлайн-документов.



Переключение между нормальным режимом и режимом просмотра

Инструмент "Масштаб"



Увеличение или уменьшение кернинга* между словами

интервал между символами

+Backspace или /

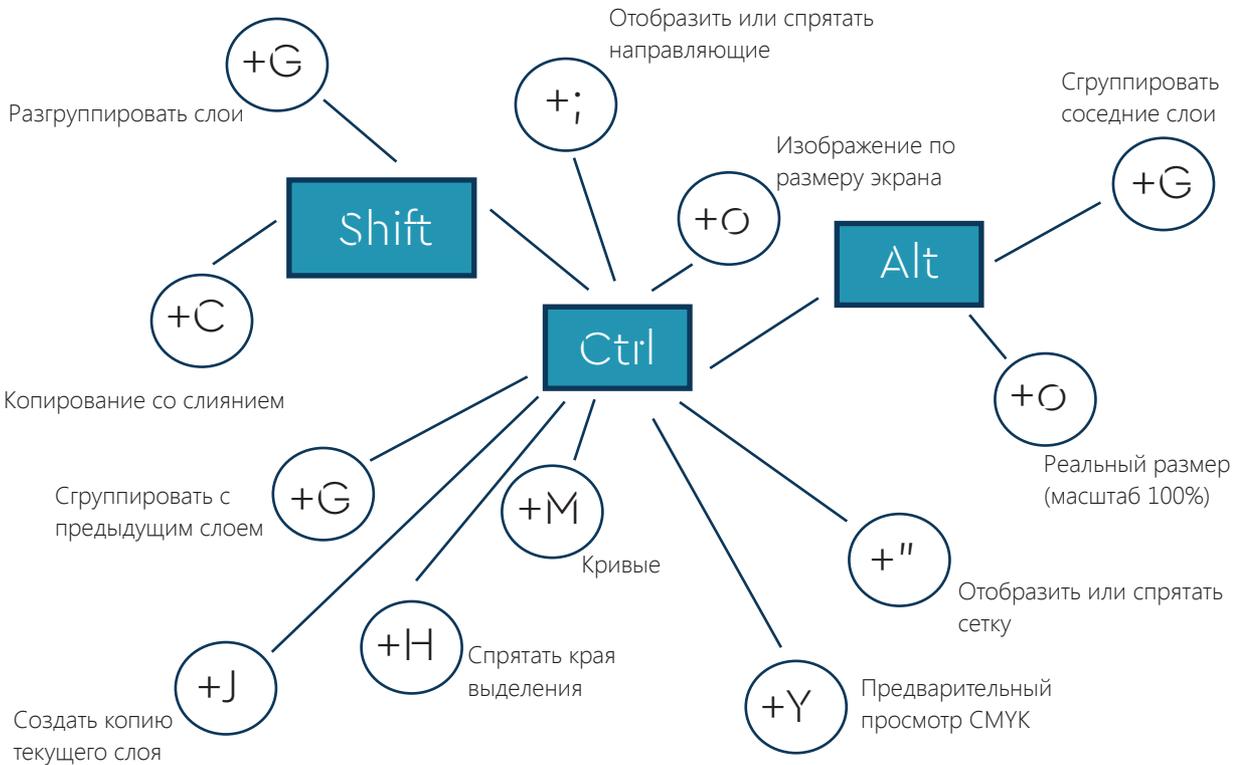
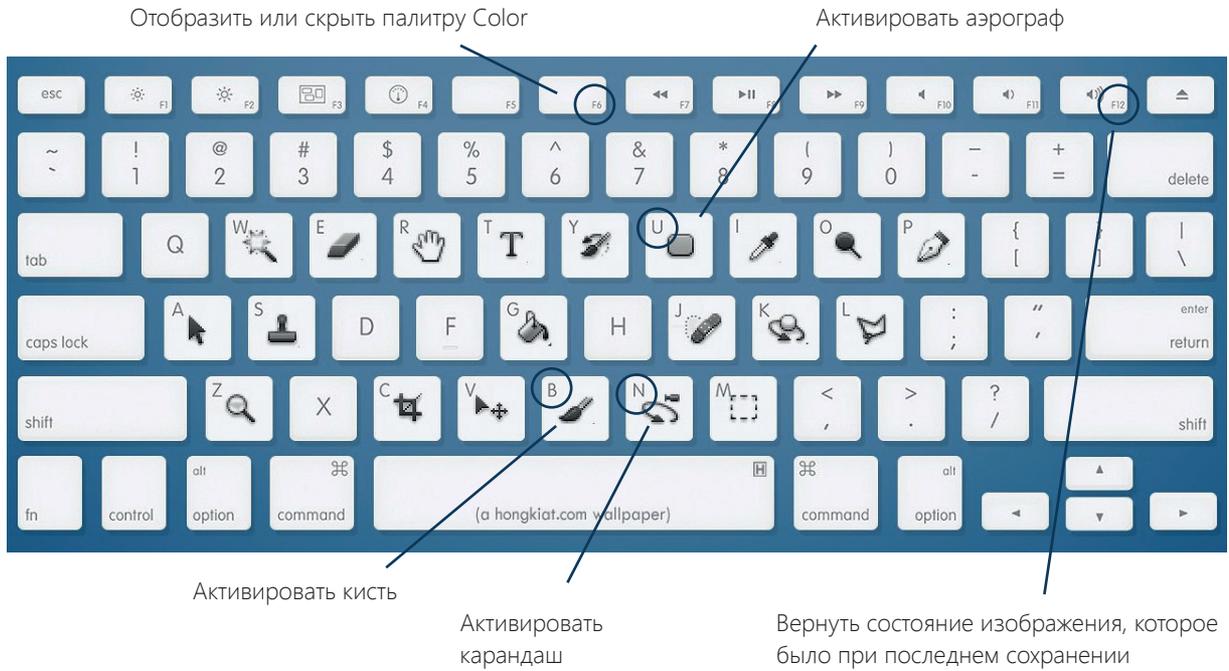
Увеличение или уменьшение интерлиньяжа* (вертикальный текст)

междустрочный пробел



Photoshop

Удобный редактор для работы с фотографиями, 3D-композициями, веб-сайтами и мобильными приложениями.



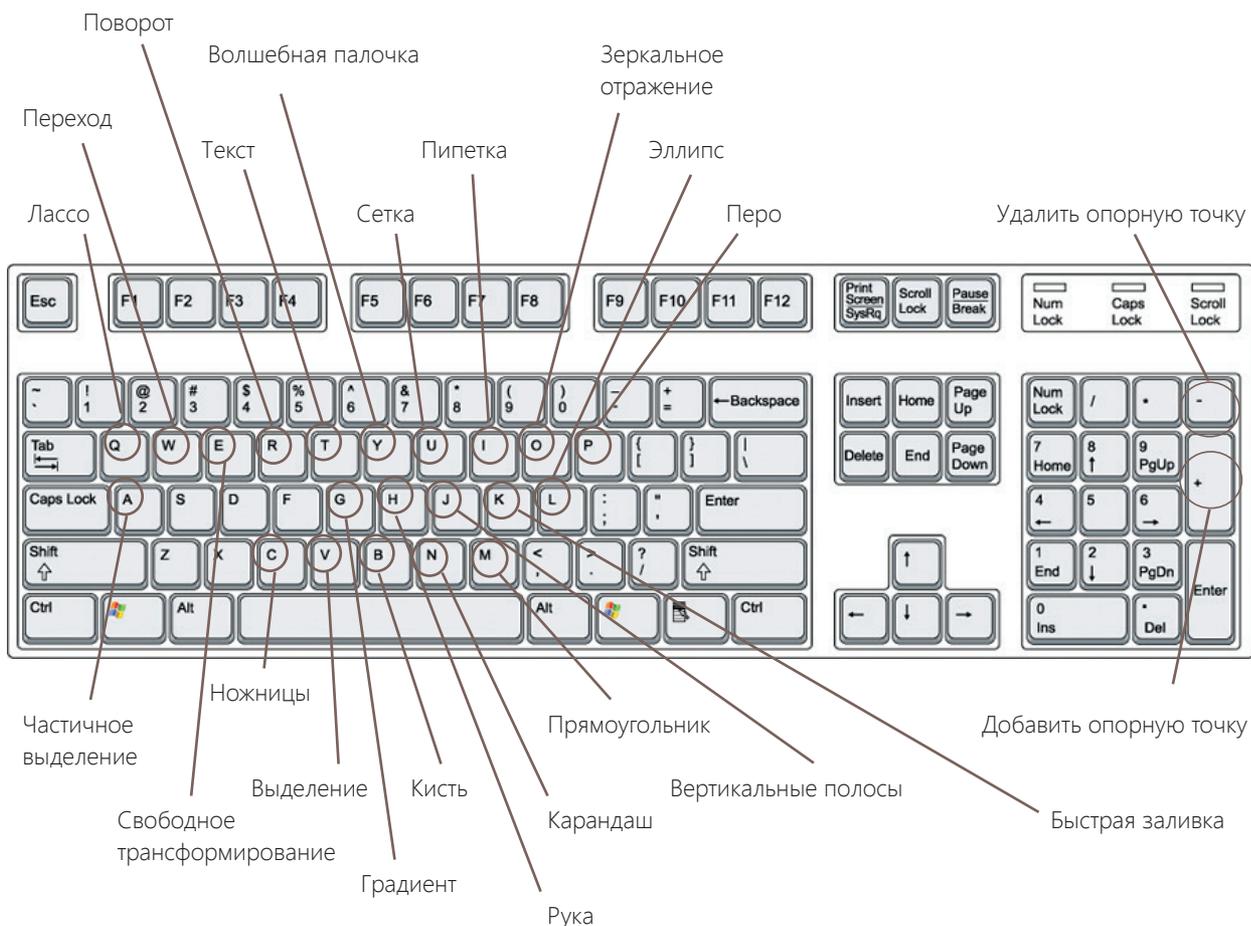
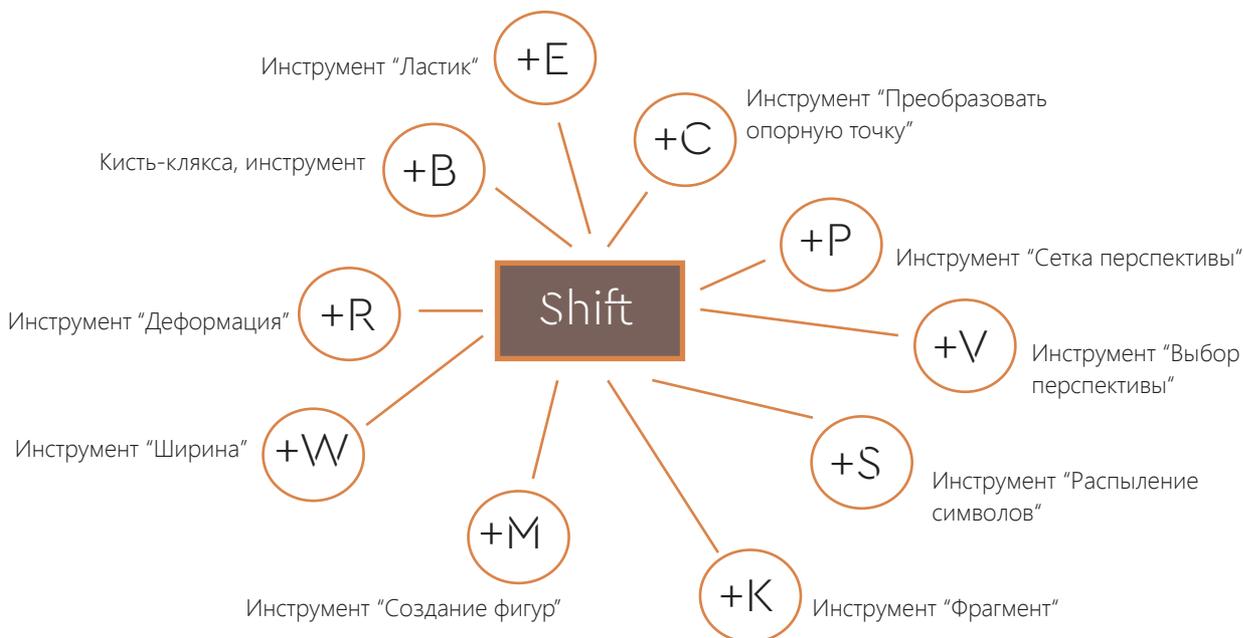
Caps Lock

Сменить курсор на более чёткий крестик

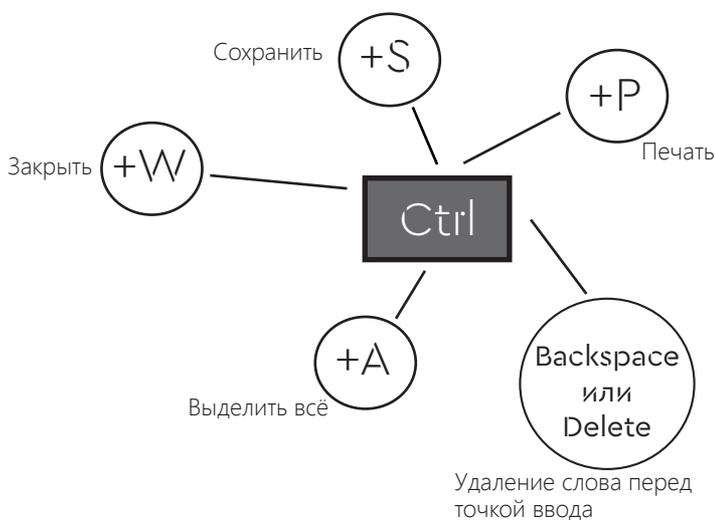


Illustrator

Программа для работы с векторной графикой, логотипами, значками, сложными иллюстрациями для печати, веб-публикациями и прочим.



БАЗОВЫЕ КЛАВИШИ



СОВЕТЫ

1. ЧИТАЙТЕ БОЛЬШЕ КНИГ И ПРОСМАТРИВАЙТЕ БОЛЬШЕ ЖУРНАЛОВ.

ХОРОШИЙ АРХИВ С ОГРОМНЫМ КОЛИЧЕСТВОМ ИНТЕРЕСНЫХ ЖУРНАЛОВ: JOURNAL-CLUB.RU

2. ПРОЧИТАЙТЕ "88 СЕКРЕТОВ И СОВЕТОВ ПО РАБОТЕ С ADOBE PHOTOSHOP". ЛЕГКО НАХДИТСЯ В ИНТЕРНЕТЕ, ПРОСТО И ПОЛЕЗНО К ПРОЧТЕНИЮ.

3. НЕ СТЕСНЯЙТЕСЬ ПОКАЗЫВАТЬ СВОИ РАБОТЫ КОЛЛЕГАМ ИЛИ ЗНАКОМЫМ. КРИТИКА – ПУТЬ К СОВЕРШЕНСТВУ.



Думайте о содержании, которое вы хотите вложить в создаваемый предмет, и лишь потом придет форма. У вещи будет свой дух. А дух, в отличие от формы, скопировать сложно.

Энрико Тонуччи

ФОТОГРАФИЯ







АНАСТАСИЯ
ЗАХАРОВА

Зачем нам знать историю фотографии? «Это времена давно минувших дней», - скажут некоторые и будут, несомненно, правы. Действительно, беря в руки камеру или просматривая снимки в журналах, мы редко задаемся вопросами а-ля «Кто же додумался, что с помощью света можно запечатлеть момент?» или «Как же случилось так, что фотографии стали цветными?». Чаще всего, нам просто хочется сделать снимок или насладиться привлекательным изображением.

Но представим на секунду, что речь идет не о фотографии, а, скажем... о вашем друге. Вы встречаетесь после долгой разлуки, радостно обнимаетесь и идете в ближайшую кафешку поговорить. И вот вы сидите, пьете ароматный напиток и...ничего не рассказываете о том, что же с вами происходило все это время. Просто сидите, смотрите друг на друга, обсуждаете проходящих мимо людей. Ждете, что, возможно, что-то случится. Или говорите только вы, а друг лишь слушает да иногда кивает. Как долго продлится такое общение? И насколько оно порадует каждого из вас?

Фотография-это не просто щелчок затвора, не просто напечатанный снимок. Это-целая жизнь, с ее началом, развитием, поворотными моментами, взлетами и падениями. Это история вашего друга, которую вам нужно услышать, чтобы понять его и наладить контакт. Да и неужели вам это не интересно?

Здесь вы не только рассказчик, но и слушатель. Поэтому прислушайтесь к тому, о чем хочет рассказать вам ваш хороший давний друг.

ИСТОРИЯ МОМЕНТА

ФОТОГРАФИЯ И ФОТОТЕХНИКА НЕ ВСЕГДА БЫЛИ ТАКИМИ, КАКИМИ МЫ ПРИВЫКЛИ ВИДЕТЬ ИХ СЕГОДНЯ. ЕЩЕ ДВА ВЕКА НАЗАД МИРУ НИЧЕГО НЕ БЫЛО ИЗВЕСТНО ОБ ЭТОМ СЛОЖНОМ И МНОГОГРАННОМ ИСКУССТВЕ, А САМА МЫСЛЬ О ТОМ, ЧТОБЫ ПОЙМАТЬ И СОХРАНИТЬ МОМЕНТ ТАКИМ, КАКИМ ЕГО ВИДЯТ НАШИ ГЛАЗА, КАЗАЛАСЬ БЕЗУМНОЙ. ПУТЬ, ПРОЙДЕННЫЙ ЧЕЛОВЕЧЕСТВОМ ОТ КАМЕРЫ-ОБСКУРЫ ДО СОВРЕМЕННОГО ЦИФРОВОГО ФОТОАППАРАТА, БЫЛ НЕВЕРОЯТНО СЛОЖЕН И ИЗВИЛИСТ, НО ИМЕННО БЛАГОДАРЯ ЕМУ МЫ ПОЛУЧИЛИ ОДНО ИЗ ВЕЛИЧАЙШИХ ИЗОБРЕТЕНИЙ ЧЕЛОВЕЧЕСТВА.

ЧЕРНО-БЕЛАЯ

Первое закреплённое изображение было сделано в 1822 году французом Жозефом Нисефором Ньепсом, но оно не сохранилось до наших дней. Поэтому первой в истории фотографией считается снимок «Вид из окна», полученный Ньепсом в 1826 году с помощью камеры-обскуры на оловянной пластинке, покрытой тонким слоем асфальта. Экспозиция длилась восемь часов при ярком солнечном свете. Изображение получалось рельефным, и его легко можно было размножить.

Днем рождения фотографии считается 7 января 1839 г. , когда Франсуа Араго на заседании Французской академии наук доложил о первом

СОХРАНЕННОГО



в истории оптико-химическом способе получения изображений и назвал имя изобретателя — художника Луи Дагера.

Француз Луи-Жак Манде Дагер в 1839 году опубликовал способ получения изображения на медной пластине, покрытой серебром. Она обрабатывалась парами иода, в результате чего покрывалась светочувствительным слоем иодида серебра. После тридцатиминутного экспонирования Дагер перенёс пластину в тёмную комнату и какое-то время держал её над парами нагретой ртути. В качестве закрепителя изображения Дагер использовал поваренную соль. Снимок получился довольно высокого качества — хорошо проработанные детали

как в цветах, так и в тенях, однако копирование снимка было невозможно. Свой способ получения фотографического изображения Дагер назвал дагеротипия.

Практически в то же самое время англичанин Уильям Генри Фокс Тальбот изобрёл способ получения негативного фотографического изображения, который назвал калотипией. В качестве носителя изображения Тальбот использовал бумагу, пропитанную хлористым серебром. Эта технология соединяла в себе высокое качество и возможность копирования снимков (позитивы печатались на аналогичной бумаге). Экспозиция длилась около часа, на снимке — решётчатое окно дома Тальбота.

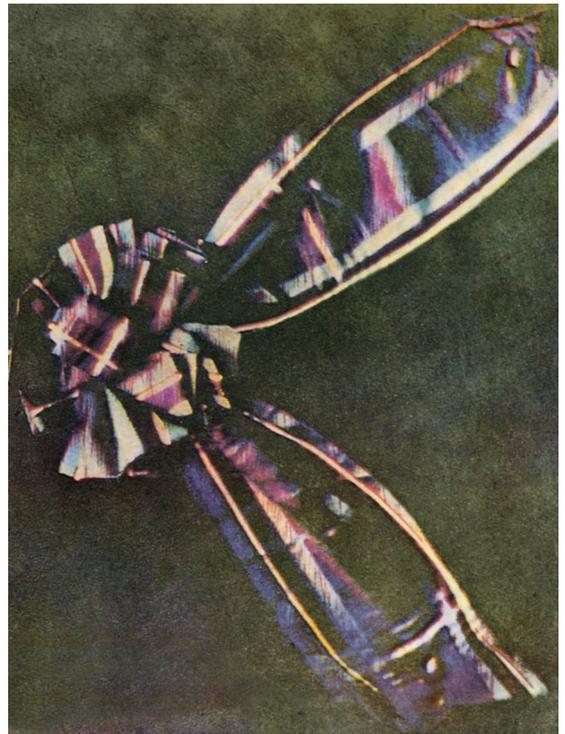
Сам термин «фотография» появился также в 1839 году, его использовали одновременно и независимо два астронома — английский, Джон Гершель, и немецкий, Иоганн фон Медлер.

ЦВЕТНАЯ

Цветная фотография появилась в середине XIX века. Первый устойчивый цветной фотоснимок “Тартановая лента” был сделан в 1861 году Джеймсом Максвеллом по методу трёхцветной фотографии (метод цветоделения).

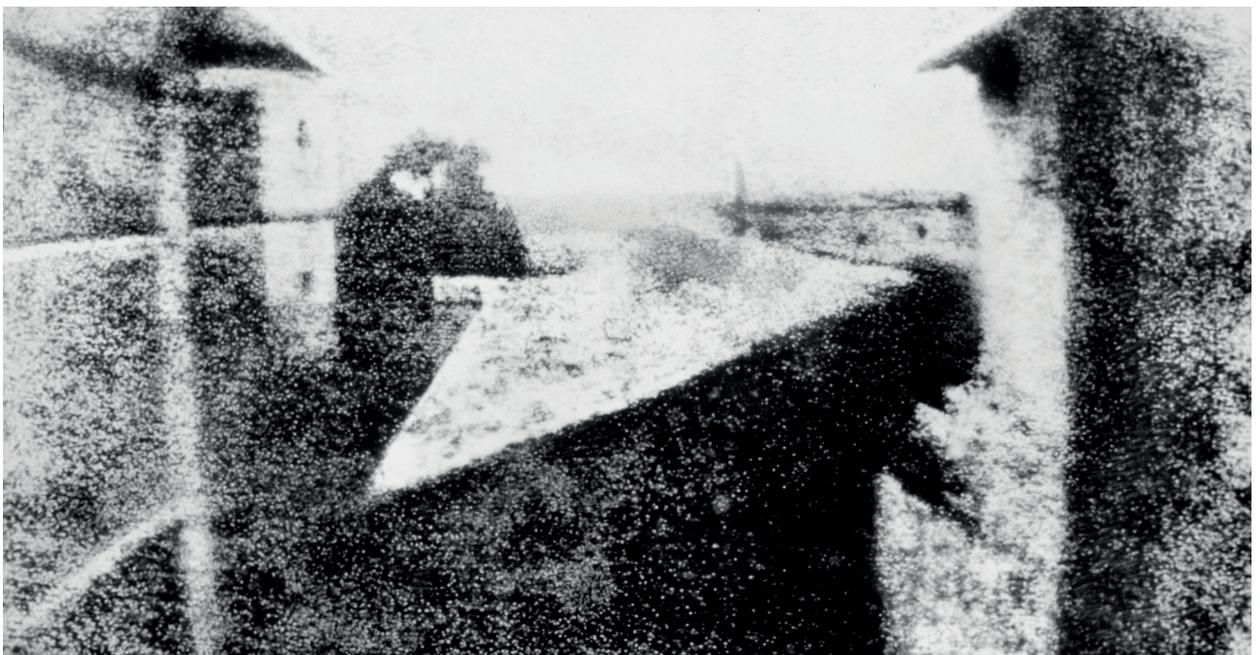
Для получения такого снимка использовались три фотокамеры с установленными на них цветными светофильтрами (красным, зелёным и синим). Получившиеся снимки позволяли воссоздать при проекции (а позднее, и в печати) цветное изображение.

“Тартановая лента”,
Джеймс Максвелл, 1861 г.



Вторым важнейшим шагом в развитии метода трехцветной фотографии стало открытие в 1873 г. немецким фотохимиком Германом Вильгельмом Фогелем сенсibilизаторов, то есть веществ, способных повышать чувствительность серебряных соединений к лучам различной длины волны. Фогелю удалось получить состав, чувствительный к зелёному участку спектра.

“Вид из окна”, Жозеф Ньепс, 1826 г.



Практическое применение трёхцветной фотографии стало возможным после того, как ученик Фогеля, немецкий ученый Адольф Мите разработал сенсibilизаторы, делающие фотопластину чувствительной к другим участкам спектра. Он также сконструировал фотокамеру для трёхцветной съемки и трёхлучевой проектор для показа полученных цветных снимков. Оборудование в действии впервые было продемонстрировано Адольфом Мите в Берлине в 1902 г.

Большой вклад в дальнейшее совершенствование метода трёхцветной фотографии внёс ученик Адольфа Мите Сергей Прокудин-Горский, разработавший технологии, позволяющие уменьшить выдержку и увеличить возможности тиражирования снимка. Прокудин-Горский также открыл в 1905 г. свой рецепт сенсibilизатора, создававшего максимальную чувствительность к красно-оранжевому участку спектра; в этом он превзошёл своего учителя.

С начала XX века стали развиваться и другие методы цветной фотографии. В частности,

в 1907 году были запатентованы и поступили в свободную продажу фотопластины «Автохром» Братьев Люмьер, позволяющие относительно легко получать цветные фотографии. Несмотря на многочисленные недостатки (быстрое выцветание красок, хрупкость пластин, зернистость изображения), метод быстро завоевал популярность, и до 1935 г. в мире было произведено 50 млн автохромных пластинок.

Альтернативы этой технологии появились только в 1930-х годах: Agfacolor в 1932 году, Kodachrome в 1935, Polaroid в 1963.

ЦИФРОВАЯ

Цифровая фотография — технология, зародившаяся в 1981 году, когда компания Sony выпустила на рынок камеру Sony Mavica с ПЗС-Матрицей, записывающей снимки на диск. Этот аппарат не был цифровым в современном понимании (на диск записывался аналоговый сигнал), однако позволял отказаться от фотоплёнки. Первая полноценная цифровая камера — DCS 100 — была выпущена в 1990 году компанией Kodak.

“Крестьянские девушки”, Прокудин-Горский, 1909 г.



ИНТЕРЕСНЫЕ ФАКТЫ

“ФОТОБУМАГА”, ВПЕРВЫЕ БЫЛА ИЗГОТОВЛЕНА ИЗ АСФАЛЬТА. ТОЧНЕЕ, АСФАЛЬТНЫЙ ЛАК НАНОСИЛИ НА МЕДНУЮ ИЛИ СТЕКЛЯННУЮ ПЛАСТИНУ.

ПЕРВАЯ АЭРОФОТОСЪЕМКА БЫЛА ПРОВЕДЕНА ФРАНЦУЗСКИМ ИЗОБРЕТАТЕЛЕМ В 1858 ГОДУ. ОН СНИМАЛ ПАРИЖ С ВОЗДУШНОГО ШАРА.

ПЕРВАЯ ЦВЕТНАЯ ФОТОГРАФИЯ В РОССИИ БЫЛА ОПУБЛИКОВАНА В “ЗАПИСКАХ РУССКОГО ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА». ЭТО БЫЛ ПОРТРЕТ ЛЬВА ТОЛСТОГО

ПЕРВЫЙ ПОРТРЕТ С ИСКУССТВЕННЫМ ОСВЕЩЕНИЕМ БЫЛ СОЗДАН В 1879 ГОДУ ЛЕВИЦКИМ, НА СОЗДАНИЕ КАДРА ПОТРЕБОВАЛОСЬ 15 СЕКУНД

ПЕРВАЯ КАССЕТА ТРЕБОВАЛА 12 КАДРОВ, ВЕСИЛА 15 ФУНТОВ



ЕКАТЕРИНА
ПЕТРОЧЕНКОВА

Наша способность видеть и различать то, что нас окружает — это высший дар, доступный с рождения. Подумать только, реальность отражается в нашем сознании такой, какая она есть, какой ее создали до нас и будут творить после. Мы мыслим и видим целый мир, который живет отдельно от нас и с нами в то же самое время.

Человек научился воспроизводить то, что видит или когда-то видел, с помощью изобразительного языка. От наскальной (пещерной) живописи до современных картин прошли целые эпохи, тысячелетия, а мы можем видеть то, что происходило задолго до нашего рождения, можем различать то, что нам хотели показать.

Большим открытием в этом отношении стала фотография как способ отражения реальности. То, что изображено на пленке — никогда не будет ложью. Если же только сам мир не одна большая иллюзия. Невозможно постичь все грани этого открытия. У каждого могут возникнуть свои ассоциации при взгляде на какой-либо снимок, а могут не возникать вообще. Но чудо в том, что камера способна остановить мгновение (чего никогда не получится у человека). Момент, который никогда больше не вернется и навсегда останется в вашем домашнем альбоме.

ПАВЕЛ МАР ФОТОГРАФИЯ СЕ И 50 ЛЕТ НАЗАД

ПАВЕЛ МАРКИН, ДЕКАН ФАКУЛЬТЕТА ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО СОЮЗА ЖУРНАЛИСТОВ, ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ФОТОСЕКЦИИ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, ЗАСЛУЖЕННЫЙ РАБОТНИК КУЛЬТУРЫ РФ И МАСТЕР ФОТОГРАФИИ С БОЛЬШОЙ БУКВЫ, РАССКАЗАЛ VIZUAL, КАК ИЗМЕНИЛАСЬ ФОТОЖУРНАЛИСТИКА С СОВЕТСКИХ ВРЕМЕН И ЧТО ЦЕНИТСЯ В ФОТОГРАФИИ СЕГОДНЯ.

– Поменялось ли отношение к фотографии в обществе с течением времени?

– Пожалуй, нет. Я – человек «старой заставки». Меня учили старые мастера, и учился я на примере старых мастеров. Сегодня пришла молодежь, презентуя свои фотографии, на мой вопрос: почему ты снял именно так, отвечают: «А я так вижу». Иногда вот это «так вижу» звучит очень напыщенно. А на самом деле там и смотреть-то не на что. Нужно научиться снимать непредвиденные ситуации и непредвиденные эмоции на лице героя. А еще фотокорреспонденту очень важно быть энциклопедически развитым, потому что ему приходится общаться и с бомжом, и с академиком. Он должен уметь найти общий язык со всеми и разговорить человека. И, кроме того, он должен его сфотографировать – а это вообще высший пилотаж.

– Какие изменения произошли в фотожурналистике?

– Сегодня фотожурналистика стала очень женской. У нас на факультете примерно 90% – а может, даже чуть больше – девушки. И с каждым годом процент растет.

КИН: ГОДНЯ



Фото Павла Маркина
Невский проспект, 9 мая 1975 год

– Как декан факультета фотокорреспондентов можете ли Вы отметить новшества в снимках своих студентов?

– В фотожурналистику сегодня пришло много арт-фотографии. Это совсем другое. Арт-фотография обогащает и репортаж, и фотоисторию. И еще очень много пришло постановочной фотографии, которая тоже может присутствовать в фотожурналистике, но не дозвлет, не главенствовать над репортажем. На съемках репортажа часто бывает, что ничего не происходит, и тогда тебя может выручить постановочная фотография.

К сожалению, у нынешнего молодого поколения есть две очень неприятные для фотожурналистики черты – необязательность и непунктуальность. С этими чертами в фотожурналистике делать нечего. Опоздать на съемку – это завалить съемку. Несделанный материал прощается один, другой раз, а потом тебе скажут «до свидания». Молодежь научить этому архисложно. Еще одна сложность в том, что студенты, покупая фотоаппарат, оставляют без внимания инструкции и тут же принимаются фотографировать. А без теории – никуда.



Фото Павла Маркина
Дворцовая площадь, 1 мая 1952 год

– Была ли и существует ли сейчас какая-нибудь тенденция в фотографии?

– Вы знаете, нет. Жанры повторяются, но появляются новые темы, которые открывает наша жизнь. Не всегда это красиво, приятно, не всегда это вкусно пахнет, но это приходится снимать фотокорреспонденту. Потому что он, в отличие от фотохудожника, обязан пойти на задание и принести в редакцию столько кадров, сколько его попросили сделать. Если попросили сделать фотоисторию из 12 кадров – значит, он должен за час-полчаса принести и сдать все вовремя. То, что мы снимали раньше, соответствовало историческому контексту времени. В газете «Смена», где я проработал четверть века, на первой полосе был дежурный кадр – улыбающийся в 34 зуба комсомолец, снятый так, чтобы было видно, что он действительно доволен жизнью.





– Недавно закрылись три известных многолетних бренда в среде печатных СМИ: «Смена», «Невское время» «Вечерний Петербург». Уже давно говорят о том, что печатная журналистика постепенно вымирает. Как это коснется фотожурналистики?

– Это такая большая беда, что мне просто стыдно об этом говорить. Коллеги из Союза журналистов разместили тогда в интернете записку, где писали о том, что обеспокоены уничтожением трех газет. Также было направлено прямое обращение президенту от Законодательного собрания Петербурга. Пока я не слышал о какой-то реакции. Сегодня в электричке многие читают с планшетов или просто слушают музыку. Они не читают газеты, книги. Однако фотожурналистика вслед за печатными изданиями не умрет. Да и сами газеты вернутся спустя время.

– Получается, фотожурналистика переключается в интернет?

– Уже и сейчас большая часть фотожурналистики живет там. Есть масса интернет изданий, в которых работают наши студенты с фотофакультета, и очень успешно.

– Говорят, что с появлением цифровой фотографии и современных технологий печати, фотография и тонкий, «изящный» процесс получения карточки утратили свою ценность. Не потеряла ли фотография «фотографический шарм»?

Фото Павла Маркина
"Жажда – ничто", 1997 год



“

... НАРОДУ НАДОЕСТ **СМОТРЕТЬ НА** БЕСЧИСЛЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО КАНАЛОВ
ГДЕ ПОКАЗЫВАЮТ **СПЛОШНЫЕ УБИЙСТВА**,
И ЧИТАТЬ ГАЗЕТЫ,
ГДЕ **СМАКУЮТ КАЖДУЮ** ВЫПУЩЕННУЮ КЕМ-ТО **КРОВИНКУ**

”



– Я называю это фотографическим наркотиком: когда ты сам проявляешь пленочку, печатаешь. Ты не можешь посмотреть на заднюю стенку аппарата и понять, что все снято нормально. Когда снимаешь на пленку, ты до последней секунды, пока не достанешь ее из проявителя, не знаешь, какой вышел снимок. Слава богу, что некоторые наши второкурсники (и их достаточно много) переходят на пленку, более того, на средний формат. И при этом они еще и сами печатают. А сегодня процесс работы с черно-белой пленкой гораздо дороже, чем с цветной.

– Как Вы относитесь к мобильной фотографии? Можно ли считать это фотоискусством?

– Электроника шагает семимильными шагами. Думаю, через 3-5 лет телефоном можно будет снимать так, как сегодня снимают на Canon Mark III.

– Какая фотография сегодня может победить в категории «Фотография года» на конкурсе World Press Photo?

К World Press Photo у меня отношение двойственное. К сожалению, там в основном побеждают фотографии, связанные с войной. Не война у нас главная в жизни. Все же должны быть и любовь, и счастье. За все годы существования WPP я никогда не видел, чтобы побеждали фотографии об этом. А вот какое-то насилие, убийство – очень часто. Такие снимки, конечно, тоже нужны, но все же будущее за доброй фотографией. Когда-нибудь народу надоест смотреть бесчисленное количество каналов, где показывают сплошные убийства, и читать газеты, где смакуют каждую выпущенную кем-то кровинку.



АЛЕКСАНДРА
ПОЛУКЕЕВА

Ученые подсчитали, что за один день мы делаем больше фотографий, чем сделало человечество за прошлое столетие. Это легко представить – достаточно лишь посмотреть на количество фотографий в любом телефоне. Фотографию издавна считали самым реалистичным видом искусства, но осталось ли в ней что-нибудь от высокого?

Концентрация школ, где учат фотографии, сейчас очень велика. Есть академии, факультеты, школы и курсы быстрого обучения. Учись на здоровье чему угодно! Однако нужно ли нам такое количество фотоаппаратов? Это вопрос, которым задаются многие мастера.

Приобщаться к прекрасному, конечно, можно и нужно. И начать можно с изучения документальной фотографии.



СТРОГО

СЧИТАЕТСЯ, ЧТО, ДОСТИГНУВ МАСТЕРСТВА В ДОКУМЕНТАЛЬНОЙ ФОТОГРАФИИ, ЛЮБИТЕЛЬ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В ПРОФЕССИОНАЛА. МЫ ЖИВЕМ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ФОТОГРАФИИ, КОГДА КАЖДЫЙ



“Синий город” Стив Маккари

ДОКУМЕНТАЛЬНО

СКУЧАЮЩИЙ – УЖЕ ЛЮБИТЕЛЬ, А СРЕДНЕСТАТИСТИЧЕСКИЙ ЛЮБИТЕЛЬ МЕЧТАЕТ СТАТЬ ПРИЗНАННЫМ ПРОФЕССИОНАЛОМ. РЕДАКЦИЯ VIXUAL РЕШИЛА РАЗОБРАТЬСЯ, ЧТО ЕСТЬ ДОКУМЕНТАЛЬНАЯ ФОТОГРАФИЯ, А ТАКЖЕ КТО И С ЧЕМ ЕЁ ЕСТ.



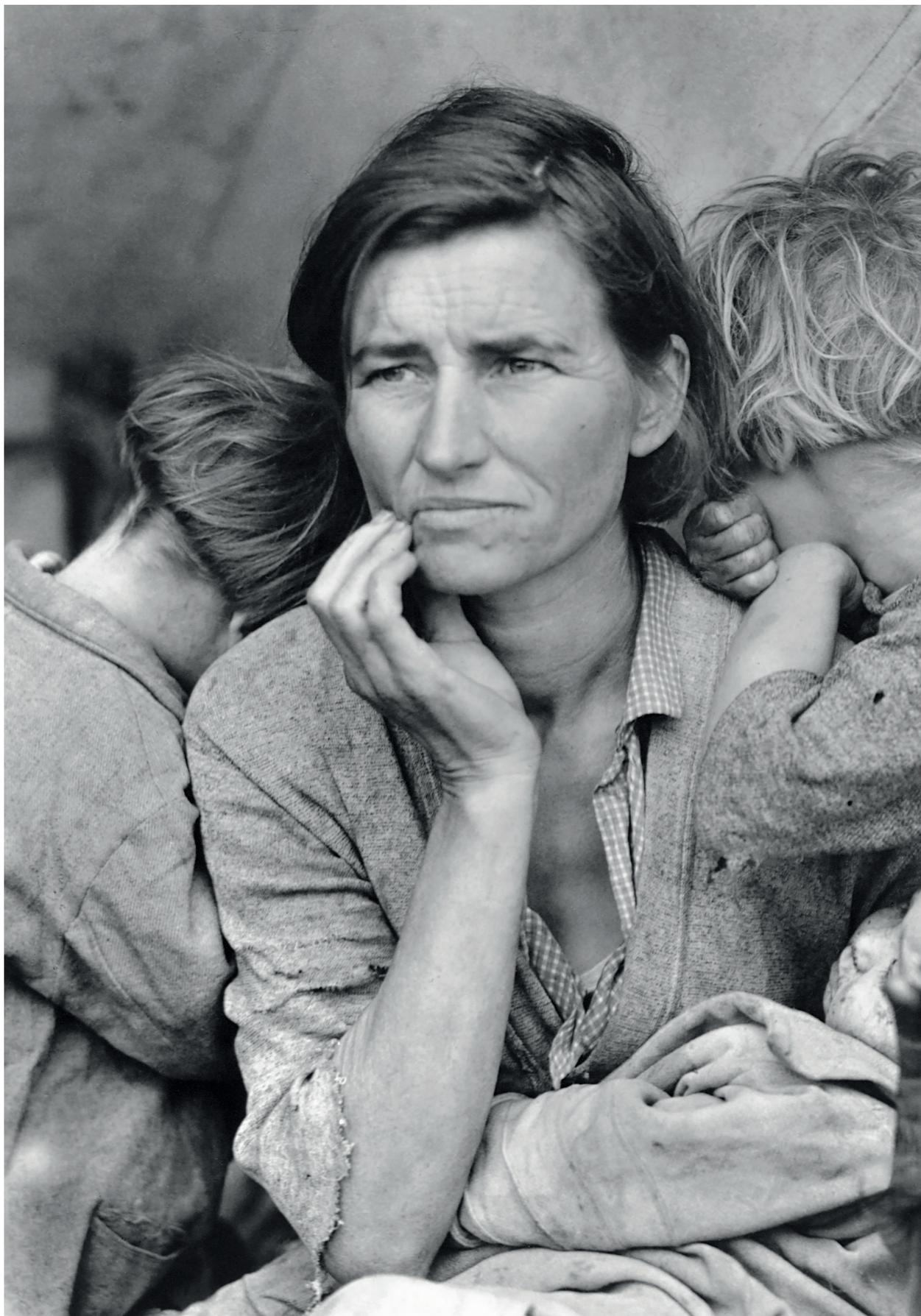
Дэвид Джилландерс "Одесская девочка"

Несмотря на то, что в профессиональном языке фотографов термин «документальная фотография» появился сравнительно недавно, сам жанр далеко не нов. Свое начало он берет со времен Великой Депрессии в США (1930-е), когда американским фотографам поступил заказ на создание крупномасштабной фотографической документации сельской жизни в Америке. Главный герой проекта - обедневший сельский житель Соединенных Штатов, главная задача фотографа – показать героя без художественности.

Социальная ориентированность, реалистичность, глубокий смысл, политическая подоплёка – вот некоторые характеристики, делающие фотографию документальной. Её легко спутать с фотожурналистикой, однако это не совсем равные понятия. У документальной фотографии нет жестких временных рамок, нет претензии на беспристрастность. Это, как правило, серия снимков на социальную тему, которую фотограф отображает благодаря погружению в документируемый мир. Фотографии сопровождаются текстовым комментарием самого фотографа. В результате документальной фотоработы становится выставка, фотокнига, или же публикация в СМИ. Фотограф-документалист в своей работе хочет показать, что неправильно в этом мире, стремится с помощью публикации это исправить.

Американским мастерам документалистики первым удалось показать примеры влияния искусства на решение социальных проблем. Льюис Хайн в первой половине прошлого века обличал своими фотографиями безнравственность и ужас детского труда и беспризорщины. А Джэкоб Риис издал книгу «Как живет другая половина», в которой показал жизнь нью-йоркских трущоб. Их фотографии стали доказательствами социальной несправедливости и поводом для проведения нужных в обществе реформ.

Сегодня, в эпоху избытка информации, для СМИ экономически рентабельным оказался подход, когда печатное издание содержит массу разноплановые сюжеты и истории, избегает развернутых фоторепортажей на несколько страниц. В таких условиях документальная фотография уступила место фотожурналистике. Однако это вовсе не значит, что документальная фотография исчезает как жанр, она становится жанром элитным. Ведь далеко не каждый фотограф может позволить себе заниматься работой во имя искусства, а не во благо собственного кошелька. Наш мир совсем не спокоен, и социальные проблемы существовали, существуют, и будут существовать, их необходимо публично показывать. Это значит, что документальная журналистика – бессмертна как жанр.



Доротея Ланж "Мама-мигрантка"



**КСЕНИЯ
КАКАУЛИНА**

Иногда люди спрашивают: «Это сложно, снимать в студии?» И я всегда теряюсь. Потому что с одной стороны – нет, совсем легко. Всего-то запомнить пару световых схем и научиться регулировать мощность светового потока. Чтобы снимать в студии, этого достаточно. Но для того, чтобы предавать именно те эмоции, которые так хочется передать, чтобы кадр получался именно таким, каким вы его задумали, нужно гораздо больше.

Во-первых нужно действительно понимать техническую сторону фотографии. Если набум перетаскивать с места на место стойки со светом, крутить подряд все ручки и нажимать на кнопки, маловероятно, что у вас получатся хоть сколько-нибудь стоящие кадры. Очень скоро вам начнет не хватать банальных двух-трех софтбоксов. И тогда вы начнете постепенно интересоваться и разбираться в целом мире приспособлений, устройств, насадок, помогающих контролировать свет и делать светотеневой рисунок интереснее.

Во-вторых, нужно научиться этот свет видеть. Попробуйте следить за ним не только в студии, но и дома, на улице, на работе. Как он ложится, отражается, как формируются тени. Помните, что свет должен не просто красиво лежать, он должен способствовать образу главной идеи снимка.

И тогда – идите и снимайте. Научитесь играть по правилам, а затем нарушайте их.

Это сильно отличается от репортажной съемки с его идеальным моментом, который больше никогда не повторится. Но разве вам не хочется немножко побыть всемогущим и суметь не только остановить момент, но и создать его?

ЧАШКА

ЧАЯ для МОДЕЛИ

СТУДИЯ. ОБЫЧНАЯ КОМНАТА – ПОЛ, СТЕНЫ, ПОТОЛОК. НО ВОТ ОНА НАПОЛНЯЕТСЯ СВЕТОМ, ВАШИМИ ИДЕЯМИ, ВАШИМ ВДОХНОВЕНИЕМ И В КАКОЙ-ТО МИГ МОЖНО С ЛЕГКОСТЬЮ ЗАБЫТЬ, ЧТО ЗА ДВЕРЬЮ ЕСТЬ ЦЕЛЫЙ МИР. ВЕДЬ МИР ТЕПЕРЬ СОСРЕДОТОЧЕН ЗДЕСЬ. БОЛЕЕ ТОГО, ВЫ САМИ ЕГО СОЗДАЕТЕ.

КАК ПРАВИЛЬНО ЭТО СДЕЛАТЬ, РАССКАЖЕТ ЛЮБОЙ САМОУЧИТЕЛЬ, А ИНТЕРНЕТ С ЛЕГКОСТЬЮ ВЫДАСТ ДЕСЯТКИ СВЕТОВЫХ СХЕМ, ПОДХОДЯЩИХ ПОД ЛЮБЫЕ ИДЕИ. ДА И ИДЕИ, ЕСЛИ БЫТЬ ЧЕСТНЫМИ, ОН ТОЖЕ ВЫДАСТ. И ВОТ ВЫ УЖЕ СТУДИЙНЫЙ ФОТОГРАФ, ВСЕ ПРОСТО.

Но успех съемки зависит от фотографа не больше, чем наполовину. Да, пока каждый из нас стоит посреди студии, осознавая, что может сделать все, на что гораздо его воображение (или интернет, как мы уже выяснили), есть еще один человек, который может сделать ваши кадры как шедеврами мировой величины, так и самым большим провалом вашей карьеры. И это – ваша модель. Неважно, профессиональная это модель или просто человек, пришедший к вам за красивыми снимками. Чтобы она чувствовала себя свободно и не боялась камеры, вам придется постараться едва ли не сильнее, чем при подборе верного светового рисунка.

1 Напайте модель... чаем

Я почти не знаю фотографов, которые любили бы фотографироваться и свободно чувствовали себя перед объективом. Мы привыкли быть по другую сторону камеры, защищенными от щелчков затворов, в отличии от моделей. Но зачастую нужно снимать людей, которые никак не относятся к модельному бизнесу, они такие же люди, как и сами фотографы и так же могут стесняться в незнакомой для них ситуации. Если не хотите, чтобы ваша муза стояла как деревянный столбик перед фоном, потратьте несколько минут на легкую беседу за чашкой чая, расскажите забавную историю, заставьте человека от души посмеяться, и он уже не будет так нервничать.

2 Покажите получившиеся снимки

Многие фотографы категорически отказываются показывать моделям их фотографии до конца фотосессии. Причин этому может быть множество, но моя практика «предпоказа снимков» еще ни разу не подводила.

Конечно, не стоит бегать к ней и показывать каждый кадр, который вы сняли. Но пара-тройка удачных фотографий помогут вам убить двух зайцев одним щелчком затвора.

Во-первых, увидев красивые снимки, модель расслабится и будет вести себя более раскрепощенно. Во-вторых, каждый человек знает свои удачные и неудачные ракурсы, сильные и слабые стороны внешности. Модель сможет заметить какие-то недостатки, которые можно будет вовремя исправить и результат будет гораздо лучше.

4 Дайте человеку видеть себя

Этот совет подходит, если вы снимаете непрофессиональную модель, например деловой портрет сотрудника компании. Если человек не может найти нужную позу, не знает как повернуть голову или сложить руки, просто поставьте перед ним зеркало. Расположите его так, чтобы оно было в поле зрения модели и не мешало вам ее снимать. Перед зеркалом люди, как правило, расслабляются и могут встать в легкую, естественную позу. Кстати, если модель не знает, что ей делать с руками и как их задействовать, можете просто дать ей какой-нибудь аксессуар. Это может быть все, что угодно – цветок, книга, мягкая игрушка. Все, на что способна ваша фантазия.

Стойка для источника света

3 Следите за ногтями

Серьезно, следите за пальцами и ногтями вашей музы. Многие девушки норовят спрятать их в кулаки, за складки платья, подогнуть, да попросту убрать за спину. Чем это можно объяснить – для меня тайна, но руки и пальцы на фотографии – очень важный элемент. Они могут придать изящества и грации как среднему, так и достаточно крупному портрету. А вот сжатые кулачки, к сожалению, женственности не придадут, если это не входит в задумку фотографа, конечно.

Фоновый механизм. Совет: просите модель обязательно приносить сменную обувь, иначе фоны очень быстро придут в негодность

5 За глазами тоже нужно следить

Очень распространены портреты, в которых модель не смотрит на фотографа. Здесь все просто – следите за тем, чтобы при отводе глаз белок не занимал слишком много места. Проще говоря, чтобы модель не косилась в сторону слишком сильно. Попросите ее смотреть вам за плечо, тогда будет достигнут эффект отвода глаз и очаровательные очи вашей музы можно будет рассмотреть.

Софтбокс. Чем он больше, тем рассеянее и мягче свет

6 Продумывайте идею заранее

Этот совет скорее относится к съемке в целом, а не к самой модели. Приходя в студию, вы должны заранее знать, что именно хотите там снимать. Если надеетесь, что «аппетит придет во время еды», помните, что такое происходит редко. Обычно это превращается а «а давай попробуем снять что-нибудь с вот этим стулом, столом, реквизитом, на окне...» и «даже не знаю, ну давай изменим настрой, попробуй быть агрессивнее». Как правило, и ваше настроение, и настроение модели будет испорчено, да и снимки шедеврами не окажутся. Так что перед съемкой – думай, во время нее – снимай.

Рефлекторы. Свет от них получается довольно жесткий, с контрастным теневым рисунком



АНДРЕЙ
ШУРШЕВ

[instagram.com/shurshev_a/](https://www.instagram.com/shurshev_a/)
http://vk.com/shurshev_a

ЗОЛОТ

ИЗ-ЗА РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ ЗОЛОТОЙ ВЕК ФОТОГРАФИИ ПОДОШЕЛ КОНЦУ В 70-Х ГОДАХ ПРОШЛОГО ВЕКА. ВИДЕО ПЕРЕНЯЛО У ИЗОБРАЖЕНИЙ ФУНКЦИЮ ИНФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРЕДАЧИ РЕАЛЬНОСТИ, ЧТО ПОЗВОЛИЛО ФОТОГРАФИИ ПЕРЕЙТИ В НОВУЮ ФАЗУ — ОТОБРАЖЕНИЯ НЕ ГРУБОЙ, НАРОЧИТОЙ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ, А ОТОБРАЖЕНИЯ «СПИРИТУАЛЬНОГО ОПЫТА ХУДОЖНИКА».

Похожее уже происходило в мировой истории, когда живопись ушла от реализма в модернизм, с изобретением фотографии у художника отпала необходимость достоверно описывать происходящее — это больше его не волновало. Для творца наиболее важным становится поиск чего-то скрытого в себе или в мире. То, чего нельзя увидеть.

Курт Воннегут в «Бойне номер 5 или крестовый поход детей» часто употребляет фразу «Такова была структура данного момента (The moment was structured that way (англ.)) эта фраза в полной мере отражает сущность фотографии. Смотря в видеоискатель, мы обрезаем реальность, накладываем на нее прямоугольную рамку. В этом окошке каждое мгновение происходит перемещение предметов, изменение их движения, каждый миг картинка складывается по новому, создается новый мир и распадается старый.

Например, на этой фотографии Гарри Груйера мы видим девочку на качелях, запрокинувшую голову и ребенка в красной одежде, готовящегося сойти с горки. Через мгновение качели улетят в обратную сторону, ребенок сбежит с горки. Мир, который фотограф успел запечатлеть на картинке, рассыплется, и больше никогда не повторится.

Гарри Груйер
Москва 1989-2009



О В ХАОСЕ



Гарри Груйер
Москва 1989-2009

Сам Гарри Груйер говорит о своих снимках следующее: «Просто я пытаюсь зафиксировать, сохранить что-то, что имеет отношение к жизни. Я пытаюсь сделать что-то совершенным, полным, законченным, придать гармонию и порядок хаосу. Потому что жизнь, в общем, достаточно хаотична. А тут, у меня на снимке что-то случилось – и что-то композиционно совершенно».

Груйер не случайно говорит: «Сохранить что-то, у меня на снимке что-то случилось» – это расплывчатое описание в полной мере передает суть его фотографий. На них мы видим просто фрагмент жизни. Автор не создает надуманных конструкций, не адекватный конкретный сюжет фотографии. Фотография не несет никакого смысла – это просто момент, который успел увидеть автор. Как сказал в одном из интервью Георгий Пинхасов: «Глупо пытаться изменить вектор хаоса. Хаос нельзя контролировать, в него можно только упасть» и «Художник ищет золото в хаосе».

Если в традиционной фотографии человек является смысловым центром снимка, а фигура воспринимается как значимая часть композиции, то у Гарри Груйера и Георгия Пинхасова личность, лицо, глаза – все это уходит на задний план. На своих фотографиях они укутывают человека в хаос происходящих вещей. Можно

сказать, что люди им интересны только как часть фотографии. Передача события или моментов действительности через визуаль – то есть не нарочито реально, а несколько отрешенно – характерна для этих авторов. В их композиции нет точки отсчета, все элементы снимка равновесны. На первое место выходит визуальная организация кадра – тот самый короткий момент, когда действительность сама собой, хаотически, складывается во «что-то композиционно совершенное».



ИЛОНА
ПИМЯНОВА

Тема Photoshop нескоро будет раскрыта до конца. Мне захотелось найти и узнать какие-то интересные трюки в нем, чтобы приблизиться к цели. Есть вещи в нем, которые можно сделать в три клика или сидеть час. В этом и есть прелесть этих трюков: все можно сделать в несколько кликов, избегая сложных путей. Для экономии времени – это удачно.

Я учусь фотографировать, соответственно, мне нужно знать, как обработать или сделать фото интереснее. Я вообще человек любопытный, поэтому, даже если мне не нужно, все равно хочу узнать. Да и нет ненужной информации. Все когда-нибудь пригодится. Тем более дизайн располагает к рождению идей, но для их воплощения нужны навыки.

И вот они, всего несколько трюков, которые, надеюсь, придутся по вкусу.

Я хочу, чтобы ваши идеи смогли воплотиться.

СОВЕРШ СЕКРЕТ

PHOTOSHOP – ЭТО САМЫЙ ПОПУЛЯРНЫЙ И ИЗВЕСТНЫЙ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ ГРАФИЧЕСКИЙ РЕДАКТОР. НЕСМОТРИ НА ТО, ЧТО ПРОГРАММА ЛЕГКОДОСТУПНА ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, РАЗОБРАТЬСЯ С НЕЙ НЕ ТАК УЖ ПРОСТО. ПОРОЙ ДАЖЕ ПРОФЕССИОНАЛЫ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ В ГРАФИЧЕСКОМ РЕДАКТОРЕ ГОДАМИ, ОТКРЫВАЮТ В НЕМ ЧТО-ТО НОВОЕ. ОДНАКО УЧИТЬ PHOTOSHOP СО ВСЕМИ НЮАНСАМИ ВСЕ ЖЕ ВОЗМОЖНО.

ТЕКСТ С КИСТЬЮ

Для начала рассмотрим вариант создания своего шрифта. С помощью инструмента «Текст» можно изменить характеристики шрифтов, которые преобразуют буквы в контуры или выделенные области. Ввести текст, затем в окне «Слои» выбираем – «Шрифты» и выбираем команду «Преобразовать в кривые».

Далее нужно выделить отдельные узловые точки и переместить их необходимым образом. При этом внутренние части букв будут автоматически заливаться. Снова вводим текст. Теперь нужно добавить новый слой с изображением, которое заключается в текст. Расположить его нужно над текстовым слоем. Комбинацией клавиш <Ctrl + Alt + G> создать обтравочную маску. Инструмент «Перемещение» поменяет расположение текста или изображения в соответствующих слоях.

ЕННО

НО



Второй трюк заключается в создании новых кистей в редакторе. Когда требуется что-то нарисовать, а предложенные варианты не нравятся, то Photoshop позволяет вольности. Для этого нужно сделать несколько простых действий: выделить любой фрагмент (то, что хотите видеть в форме вашей кисти). Затем выберите «Редактирование» и «Определить кисть». Далее дайте название кисти и можно найти ее в палитре. Также кисти можно отредактировать, поменять их форму. Угол и форму кисти можно менять в настройках ее параметров. Параметры можно менять не только вводя числовые значения, но и просто перетаскивая курсор в ее изображении.

ЭФФЕКТЫ ПОЛЕТА ФАНТАЗИИ

Трехмерный эффект. Для создания этого эффекта необходимо открыть изображение, в палитре «Каналы» кликнуть красный канал.

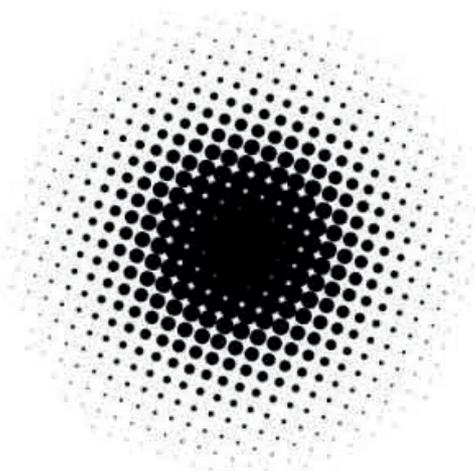
Следующая команда «Сдвиг» в «Фильтр» – «Другое» со значением -5 по горизонтали, по вертикали 0. Затем в «Неопределенные области» выбрать «Повторить граничные пиксели».

Далее канал RGB, инструментом «Перемещение» сдвинуть в необходимую сторону изображение. Теперь нужны стерео-очки, чтобы насладиться результатом.



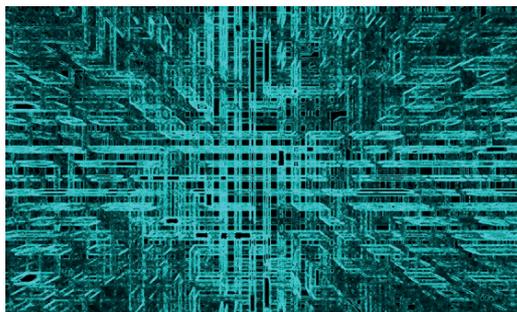
Трехмерный эффект

Эффект "Горошек". Потребуется создание нового изображения. Вполне подойдет размер 120x120 пикс. Новый канал [Окно / Показать каналы / Новый канал]. Сделать выделение, которое в дальнейшем нужно будет снять разное изображение [Фильтр / Размытие / Размытие по Гауссу] коэффициент размытия 10-20. Теперь [Фильтр / Деформация / Скручивание]. В новом канале делается сам "горошек": [Фильтр / Оформление / Цветные полутона]. Самая важная часть готова. Теперь переходим в нормальный режим [RGB]. Белый фон? Значит все верно! Заливаем его любым цветом. Далее [Выделение / Загрузить область] и загруженную область заливаем [Редактирование / Заливка]. Основной цвет тот, которым заливали во второй раз. Фигурки зависят от вашей фантазии. Также "горошковым" можно сделать и текст. Для этого на новом канале надо делать не квадрат, а букву или текст.



Эффект "Горошек"

Футуристический эффект. Новое изображение. Фон не имеет значения. Объект произвольно выделяется инструментом [Лассо]. Стоит добавить шума фильтром [Фильтр / Шум (Noise) / Добавить шум (Add noise)]. В настройках указываем максимальное значение шума и отмечаем галочкой [Сохранить оттенки (Monochromatic)]. Размыть [Фильтр / Размытие / Радиальное размытие] [100 единиц], а тип размытия – [Линейный (Zoom)]. Повторить последний фильтр один-два раза. Осталось окрасить в нужный цвет [Изображение / Коррекция / Цветовой тон и насыщенность (Hue Saturation)]. Эффект очень простой. Но отнюдь не бесполезный.



Футуристический эффект



ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЮКИ

Они тоже пригодятся, например, как восстановить все настройки инструментов. Если никак не получается вернуть настройки в исходное состояние, то для того чтобы параметры инструмента вернулись в их состояние по умолчанию, нужно кликнуть правой кнопкой мыши значок инструмента на панели параметров, выбрать из контекстного меню или «Восстановить все инструменты»

Или что делать, если не видно маркеров при свободном трансформировании: уменьшить масштаб вашего изображения. Область холста отобразится, и маркеры станут видны.

Также есть универсальный помощник, если инструменты перестали слушаться, вероятно, присутствует участок выделения, которого не видно. Здесь может помочь полезная комбинация <Ctrl I+ D>, которая используется для отмены выделения.

Чтобы не тратить время на отмену действий, есть следующий способ. Работа с большинством диалоговых окон в Photoshop у среднестатистического пользователя обычно выглядит так: пользователь запускает диалоговое окно, например, Hue/Saturation (нажмите: Ctrl+U), делает некоторые простые манипуляции с изображением и вдруг видит, что результат ужасен, а начальных настроек он не помнит. Поэтому тут же жмет кнопку Cancel, и запускает это же диалоговое окно заново. И такой круг может повторяться несколько раз, пока не будет достигнут желаемый результат.

Чтобы сэкономить свое время при работе с диалоговыми окнами, пользуйтесь кнопкой Alt. Она заменяет значение кнопки Прервать на Reset (Сброс), и возвращает значения настроек диалогового окна на начальную стадию.

ВЕБ-ДИЗАЙН







ЕКАТЕРИНА
ПИСАРЕВА

Всю свою сознательную жизнь мне хотелось научиться рисовать, но, как говорится, не дано. Мои попытки рисования закончились, когда преподаватель в художественной школе, глядя на мой рисунок человека, задумчиво сказала: «Вот знаешь, на что похож твой пресс? Когда елочка осыпается, а веточки остаются - это вот твой пресс». Поэтому пришлось заниматься тем, чем умею - писать. Писать в стол не хотелось, и в моей жизни появился блог. Но тут встала новая проблема - стандартные оформления скучные, а платить деньги за то, чтобы тебе его сделали, не хотелось. Ну, как говорится, хочешь лучше - сделай сам, решила я и полезла смотреть, как дизайн выглядит изнутри. Методом тыка, проб и ошибок был вымучен первый в моей жизни код веб-страницы. Уже после я полезла в справочники и литературу по теме и ужаснулась. Если бы мое знакомство началось с них - в жизни бы не полезла во всю эту сложную теорию. Именно поэтому в своем материале я попыталась как можно проще изложить основы, которые, возможно, сподвигнут кого-то заняться интересным (и, между прочим, прибыльным) делом - созданием веб-страниц с помощью CSS и HTML.

О СЛОЖНО ПРОСТО

HTML и CSS. ПОЧТИ ВСЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИНТЕРНЕТА ТАК ИЛИ ИНАЧЕ СТАЛКИВАЛИСЬ С ЭТИМИ ПОНЯТИЯМИ, КОТОРЫЕ, НА ПЕРВЫЙ ВЗГЛЯД, МОГУТ ВЫГЛЯДЕТЬ СТРАШНО И ЗАПУТАННО. ПОПРОБУЕМ РАЗВЕЯТЬ ЭТОТ СТРАХ И ПОЗНАКОМИМСЯ С ДВУМЯ ЯЗЫКАМИ, ЧТО ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ РАЗМЕТКИ И ОФОРМЛЕНИЯ ВЕБ-СТРАНИЦ.

В чем-то они схожи, но путать их не стоит. Итак, HTML - стандартный язык разметки документов во Всемирной паутине. Ничего не понятно. Зайдем с другой стороны.

РАЗМЕТКА ДОКУМЕНТОВ, ОНА ЖЕ - СТРУКТУРА

Ежедневно мы сталкиваемся с различными типами документов. Газеты, заявления, каталоги и им подобное. Многие веб-страницы функционируют как электронные версии вышеперечисленных документов. К примеру, газеты публикуют одни и те же материалы как на бумаге, так и на собственных сайтах. Давайте вспомним, как выглядят статьи, публикуемые в газетах: у каждой новостной заметки есть свой заголовок, текст, иногда одно или несколько изображений. Если перед вами длинный материал, то он может быть разделен на несколько частей подзаголовками, также иногда в нем содержатся специально выделенные врезки-цитаты. На веб-сайте структура будет лишь незначительно отличаться от той, что мы видим на бумаге.

Таким образом, у нас вырисовывается некая иерархия данных в документе. Например, любой документ должен начинаться с заголовка, написанного крупным шрифтом, после которого, как правило, следует введение или просто текст. Плюс, такая структура может быть расширена с помощью подзаголовков в тексте, которые расположены ниже на странице.

Рассмотрим, как будет выглядеть текст, адаптированный для веб-страницы, точнее, прописанный в HTML коде. Его пример вы можете видеть справа.

HTML-код (выделен зеленым цветом) состоит из символов, помещенных между двух угловых скобок. Это HTML-элементы. Элементы, как правило, состоят из двух тегов: открывающего и закрывающего. (Закрывающий отличается косой чертой, иначе

НОМ

называемой «слеш»). Каждый HTML-элемент сообщает браузеру какую-либо информацию о тексте, помещенному между тегами. Таким образом, мы фактически создали основу для нашей первой веб-странички.

ЭЛЕМЕНТЫ BODY, HEAD И TITLE

Основными и неизменными являются три элемента. Рассмотрим, для чего собственно они служат.

С помощью тега `<body>` мы выделяем то, что будет отображаться в основном окне браузера. Получается “тело” страницы. Без этого тега веб-страница просто не будет ничего отображать.

Еще один такой тег – `<head>`, который идет после `<body>`. Он содержит информацию о самой странице, а не ту, что будет выведена в основную часть окна браузера. В элемент `<head>` часто включается элемент `<title>`.

А содержимое `<title>` выводится либо в заголовок окна браузера, либо в качестве названия вкладки страницы.

Веб-страницы обычно создаются с помощью блокнота. После ввода текста с элементами HTML сохраняем файл под расширением `.html`. Созданную страницу можно будет открыть в браузере.

```
<html>

  <body>

    <h1>Это основной заголовок</h1>

    <p>Этот текст может быть введением к тексту, помещенному далее на странице. В случае, если текст достаточно длинный, он может быть разделен на несколько разделов с подзаголовками. </p>

    <h2> Это подзаголовок</h2>

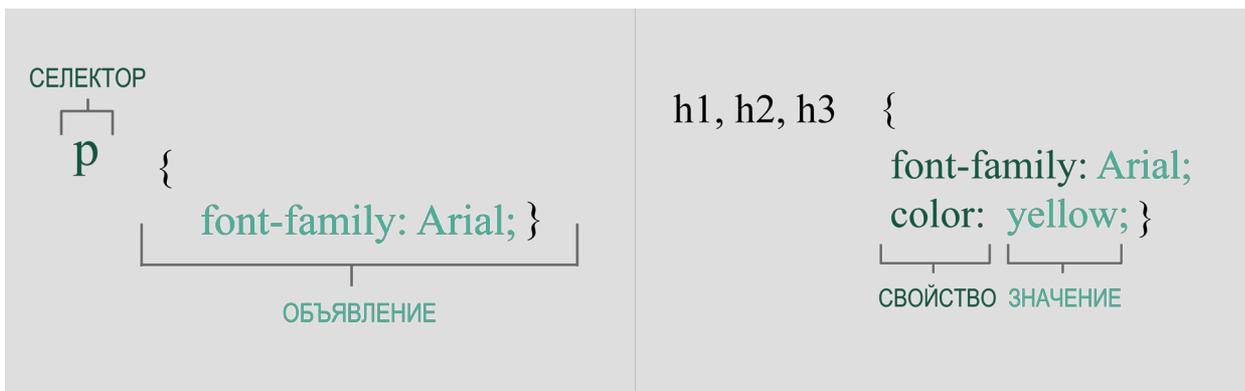
    <p>Часто при написании длинных статей используют подзаголовки, помогающие читателям следить за структурой всего написанного. Иногда также используются подзаголовки более низкого уровня.</p>

    <h2>Еще один подзаголовок</h2>

    <p>Вот еще один пример подзаголовка.</p>

  </body>

</html>
```



А ТЕПЕРЬ ЕЩЕ ПРОЩЕ

Но пустой, пусть и структурированный текст, смотрится довольно скучно. Вот здесь в игру вступает CSS. CSS, что в расшифровке – Cascading Style Sheets (каскадные таблицы стилей), является формальным языком описания внешнего вида документа, написанного с использованием языка разметки. Чтобы понять, как работает CSS, представьте себе, что каждый HTML-элемент заключен в невидимый блок.

При помощи CSS мы можем выделить каждый блок «стилями». Можно создать рамку вокруг блока, после чего указать ее ширину, высоту и цвет фона. А также форматировать текст внутри блока, к примеру, изменить цвет, размер и гарнитуру шрифта.

Есть два варианта расположения таблиц стилей: внешние и внутренние. Внешние прописываются отдельным кодом и добавляются в основной код с помощью элемента `<link>` – связь. Этот способ более удобен, если приходится работать с большим количеством страниц (интернет-каталог), к которым применяется один и тот же стиль.

Однако HTML-код позволяет применить стиль к элементам и сразу же в теле страницы. Для новичка этот вариант более удобен в использовании.

Итак, каскадные таблицы стилей связывают правилами с HTML-элементами. Эти правила определяют, как должны отображаться указанные элементы. Правило CSS состоит из двух частей: селектора и объявления.

Селектор указывает на элемент, к которому будет применяться правило. Объявления определяют, как должны отображаться элементы, указанные в селекторе.

Сами объявления, в свою очередь, тоже состоят из двух частей: свойства и значения, разделенных двоеточием.

Попробуем прописать сам код. Начинаем с основных тегов HTML, и только затем уже беремся за «украшение». Допустим, мы хотим поместить текст в черную рамочку с серой заливкой, используя гарнитуру Arial. Тогда наш код будет выглядеть так.

Итак, наша веб-страничка уже становится более привлекательной. А HTML и CSS не выглядят такими пугающими. Осталось лишь начать ими варьировать в свое удовольствие.

ПРИМЕРЫ СТИЛЕЙ ДЛЯ CSS

```
<html>
<head>
  <title>Использование каскадной таблицы стилей</title>
  <style type="text/css">
    body {
      font-family: Arial;
      background-color: rgb (185, 179, 175);}
    h1 {
      color: rgb (255, 255, 255);}
  </style>
</head>
<body>
  <h1>Картофель</h1>
  <p>Существуют десятки сортов кар-
тофеля.</p>
  <p>Обычно они подразделяются на
ранние, среднеранние и поздние.</p>
</body>
</html>
```

БЛОКИ

ШИРИНА И ВЫСОТА;
ГРАНИЦЫ (ЦВЕТ, ТОЛЩИНА
И СТИЛЬ); ЦВЕТ ФОНА И
ФОНОВЫЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ;
РАСПОЛОЖЕНИЕ В ОКНЕ
БРАУЗЕРА.

ТЕКСТ

ГАРНИТУРА ШРИФТА;
РАЗМЕР; ЦВЕТ; КУРСИВ,
ПОЛУЖИРНОЕ НАЧЕРТАНИЕ,
ПРОПИСНЫЕ БУКВЫ,
СТРОЧНЫЕ БУКВЫ, КАПИТЕЛЬ.

ОСОБЫЙ

ТАКЖЕ СУЩЕСТВУЕТ
ВОЗМОЖНОСТЬ ОСОБЫМ
ОБРАЗОМ НАСТРОИТЬ
СТИЛЬ ОПРЕДЕЛЕННЫХ
ЭЛЕМЕНТОВ, НАПРИМЕР,
СПИСКОВ, ТАБЛИЦ И ФОРМ.



ДАРЬЯ
ПОЛУДИНА

Веб-дизайн пришел в мою жизнь, что называется, внезапно. В один прекрасный момент на работе потребовалось полностью переделать сайт организации, а все, что пряталось внутри него оказалось темным лесом с кучей дров.

Началось освоение. Включался метод научного тыка, всевозможные тьюториалы, даже какие-то книги. В «Моем компьютере» появился локальный сервер. Все казалось невозможным, непостижимым, потому что из-за какого-нибудь одного пикселя вдруг всё ехало и казалось несуразным.

А потом внезапно стало получаться. Мои отношения с техникой можно охарактеризовать как интуитивные – упускаю тот момент, когда и как становится все понятно. Именно поэтому объяснять что-то из этой сферы не умею. Феномен того, как в вопросе IT любые педагогические навыки атрофируются. Поэтому этот материал вовсе не попытка чему-то научить. Это лишь собственный взгляд, который может отчасти показаться рассеянным, но ведь девушкам свойственно перескакивать с одного на другое.

ДОЛОЙ СТЕРЕО

УЖЕ НЕ ОДИН ДЕСЯТОК ЛЕТ ДИЗАЙНЕРЫ, ПРОЕКТИРОВЩИКИ, ВЕРСТАЛЬЩИКИ СОЗДАЮТ САЙТЫ, БАЗИРУЯСЬ НА ПРИНЯТЫХ ОДНАЖДЫ ПРАВИЛАХ И ПРИНЦИПАХ. НО ВРЕМЯ НЕ СТОИТ НА МЕСТЕ, И ТО, ЧТО ПРЕКРАСНО ПОДХОДИЛО ДЛЯ КОМПЬЮТЕРА С КЛАВИАТУРОЙ И МЫШЬЮ, НЕУДОБНО ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОБИЛЬНЫХ ИНТЕРФЕЙСОВ. СЕНСОР ВЫХОДИТ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН. И ВЕБ-ДИЗАЙНУ ПРИХОДИТСЯ ВЗГЛЯНУТЬ НА СВОИ ПРИНЦИПЫ ПО-НОВОМУ. ПРЕДСТАВЛЯЕМ ПРИЁМЫ, КОТОРЫЕ ОЖИВЯТ САЙТ И БУДУТ ВЫГЛЯДЕТЬ ХОРОШО КАК НА БОЛЬШОМ ЭКРАНЕ, ТАК И НА МОБИЛЬНОМ УСТРОЙСТВЕ.

ДЛИННАЯ ПРОКРУТКА

Не первый день наблюдаем тенденцию, что сайты становятся всё длиннее и длиннее, а дизайн требует их прокрутку. Причина тому – опять же мобильные устройства, популярность которых продолжает расти. На сайтах стала чаще встречаться прокрутка, а не переход по ссылкам как средство перехода к следующей части контента. Даже на домашних страницах получается куда проще прокрутить страницу, нежели постоянно кликать, чтобы добраться до информации. Приём этот появился не только в отношении домашних страниц. Им пользуются и для разделов с информацией о компании или о бренде, для продуктовых страниц, что позволяет подать контент легко, изящно и красочно.

ТИПЫ!

Хороший пример – страница iPhone 6 на сайте Apple. В данном случае длинная прокрутка не только удобно показывает описание продукта и информацию о его характеристиках, но и помогает в эффективном визуальном представлении: добавляется пространство, воздух, становятся больше изображения и надписи. Кроме того, в этом случае встраиваемая анимация также не перегружает страницу.

ФИКСИРОВАННЫЙ ХЭДЕР

Начнём, как минимум, с того, что это такое. Видим на каждом посещаемом сайте, а называем его «шапкой». Хэдер – это область, которая появляется в верхней части на всех веб-страницах. Он может содержать название сайта, логотип и меню. И это проблема для страниц, имеющих длинную прокрутку. Хэдер – элемент, который для удобства перемещения по сайту, должен быть виден всем и всегда.

Если вы работаете на какой-либо платформе, то в панели администратора в большинстве случаев будет присутствовать

Один из лучших примеров сайта с бесконечным скроллингом – лендинг Bountiful Beverages. Пользователю интересно прокручивать, несмотря на большое количество пустого места. Когда пользователь начинает терять интерес, сразу же появляется очередной текстовый блок, рассказывающий о компании и ее продукции.

FORT COLLINS BREWERY
 Get more info
 In their second decade of crafting superbly balanced and distinctive beers, The Fort Collins Brewery is firmly rooted with a passion for impressing craft beer enthusiasts.
 Rocky Mountain IPA, Cheesecake Sour, Honey Red, 2.8 Super-Hoppy, Super-Hoppy, Super-Hoppy, 1000 Ales, and more.
 The Beers They Love a roasted body with an assertive hop presence. The hoppy character will wake up your taste buds.

CALDERA BREWING CO.
 Get more info
 The first microbrewery in Oregon to brew and can their own beers, Caldera Brewing Company has set the bar high with great selections such as Caldera IPA and Pale Ale. If you don't think you can get great beer from a can, let Caldera change your mind.
 PA, Pale Ale, and Ashland Amber.
 Can't get beer from the tap and want to take home a well-crafted beer? We'll have you covered.

STOUDT'S BREWERY
 Get more info
 As one of the pioneering craft breweries in America, Stoudt's offers a variety of world-class Lagers and Ales.
 American Pale Ale, PA, and Super-Hoppy IPA.
 Stoudt's has won numerous awards for their beer quality. Why? They don't believe until you can experience a hand-crafted beer on the other side of the tap, raised in a container overseas?

BUTTERNUTS BREWERY
 Get more info
 No pretenses. No snobby attitudes. No outrageous prices. At Butternuts, the ingredients are simple and natural. And those canned beers are extremely drinkable. Full flavored, and fun!
 Pink Old Pale Ale, New Thunder IPA, Honeycomb, Hazyhead IPA.
 Can't get beer from the tap and want to take home a well-crafted beer? We'll have you covered.

WHO WE ARE & WHAT WE DO CONTACT US

Your Name
 Your Email
 Your Message

Trundle *Bountiful Beverages*

Help spread the word of American craft beer by following the Bountiful Mobile!

BOUNTIFUL MOBILE

OUR BRANDS
 To become great American craft beer. ©2012 Bountiful. Website Design & Development by [unreadable]

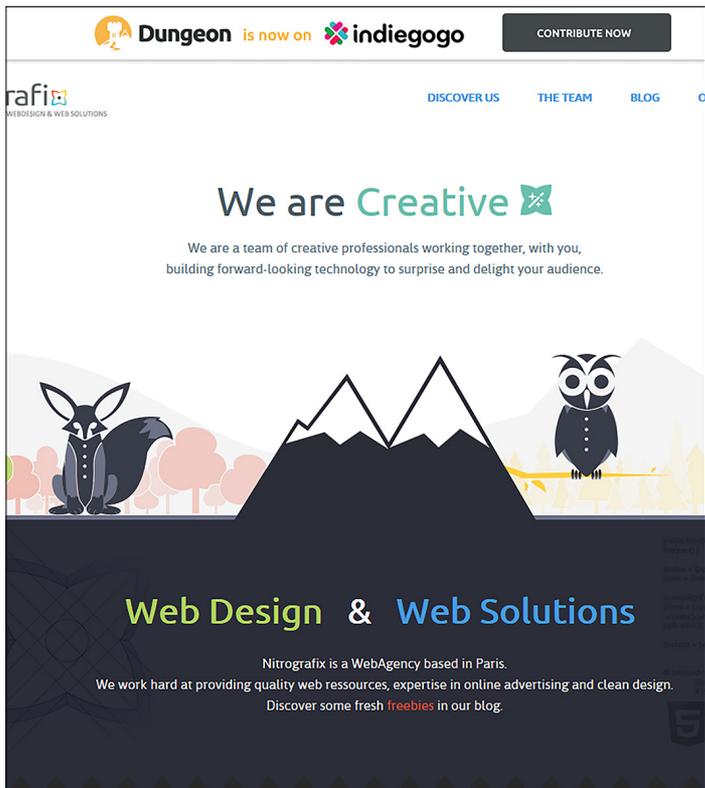
возможность закрепления хэдера в процессе редактирования страницы. В файлах же CSS это регулируется свойством *position* для элемента *header*. Когда для *position* задано значение *fixed*, то элемент остается на определенном месте страницы. Помимо этого, при значении *position:fixed* можно регулировать расположение любого элемента при помощи таких свойств, как *top*, *right*, *bottom* и *left* (но в случае с хэдером нам это не понадобится).

БЕЛЫЙ ФОН

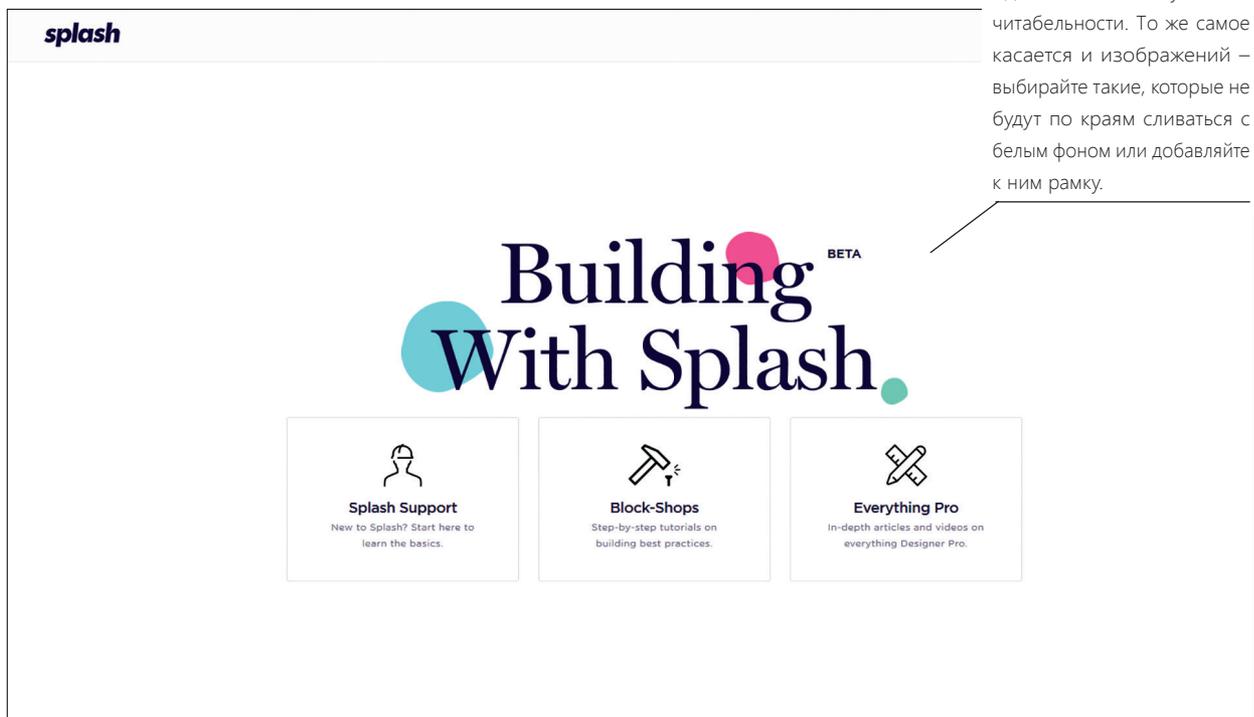
Никогда не ловили себя на мысли, что все дизайнеры вокруг используют белый цвет? Больше белого, ещё больше белого! Ведь в этом есть определенный смысл. Как минимум, белым цветом очень сложно испортить дизайн. Добавьте к нему любой оттенок, и сочетание заиграет. Главное, чтобы белый фон на сайте не выглядел решением от безысходности, а работал, как задумка.

Одной из причин, почему современные сайты делают фокус на светлых оттенках, это два тренда, которые, скорее всего, еще долго не потеряют актуальность.

1. Responsive Web Design («Отзывчивый» веб-дизайн). Белый фон упрощает создание дизайна по гибкой сетке и последующее хорошее отображение сайтов на всех типах устройств. Это всегда просто в реализации и выглядит современно. А простота – это скорость, еще один немаловажный момент для современного... впрочем, не только веб-дизайна.



Играйте на контрасте! Черный (или близкий к черному) текст на белом фоне уже обеспечивает выполнение одного из условий читабельности. То же самое касается и изображений – выбирайте такие, которые не будут по краям сливаться с белым фоном или добавляйте к ним рамку.



2. Flat-стиль («плоский дизайн») и минимализм – это все еще стильно и актуально с 2013 года. Что такое flat-стиль? вспомните Windows 8. Это оно. Отказ от иллюзии трёхмерного изображения или объекта и создание так называемого плоского дизайна с использованием простейших одноцветных элементов. И как раз-таки белый фон является воплощением простоты, которая пронизывает эти стили, а во flat-стиле – отлично сочетается с яркими, иногда громоздкими флэтовскими цветами

Обращаясь к психологии цвета, белый – это чистый, свежий не вызывающий никаких неприятных ощущений цвет. Лучший фон под темный текст, так как при чтении не будет напрягать зрение. В сочетании с определенными цветами, белый может влиять на настроение сайта. Так, в комбинации с нежно-розовым или нежно-голубым сайт будет иметь женскую или даже детскую тональность, а черно-белый сайт будет лаконичным и серьезным.

СТОРИТЕЛЛИНГ

Любая информация выглядит более увлекательной и воспринимается легче, когда она изложена в формате рассказа, а не перечня сухих фактов. Психологическое воздействие на слушателей значительно сильнее, данные преподносятся на блюдечке с каемочкой в виде истории. Конечно же, этим не могли пренебречь в бизнес-среде. Презентации новых идей, рекламных концепций, продуктов приправляют историями. Такой вот метод получил название «сторителлинг» (от англ. storytelling — «рассказывание историй») — искусство рассказывать истории.

Виды историй:

1. История о компании. Они лежат, как правило, там, где их и ждут – в разделах «О нас».

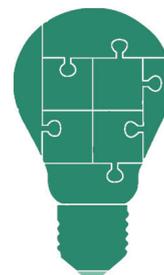
Но тысяча символов сухой хронологии о поэтапном становлении фирм или бренда никому не интересны. Едва ли дочитают до конца. Другое дело – попытаться рассказать историю от лица, например, основателя.

2. Истории на главной странице. Идеально для того случая, когда компания представляет довольно специфическую непонятную услугу – инновацию, сервис, продукт, с немногочисленной аудиторией. С помощью сторителлинга можно наглядно продемонстрировать сам продукт, ответить одним махом на вопросы по эксплуатации и призвать всех к действию — попробовать ваше предложение.

3. Истории от клиентов. Еще один отличный приём, который сработает психологически для потребителя. Вместо традиционного отзыва можно предложить историю от клиента, где он расскажет об опыте работы с вашей компанией. Минут десять устного общения с диктофоном – и материал для формата «сторителлинга» собран. Ведь мы же помним, что нельзя перегружать страницу информацией? Больше визуального контента!

Важное замечание: **не каждая визуальная история должна быть интерактивной!** Но она должна завлекать. Если ваши пользователи её не замечают или им становится скучно, то какой смысл делать визуальную историю? Увлекательная история не должна быть сложной или продуманной. О тренде минимализма мы уже говорили.

В некоторых случаях рассказать связную историю можно с помощью всего лишь одной иллюстрации. Точно так же, если вашей истории требуется двадцать иллюстраций для эффективности и понимания, то не пытайтесь уместить её в пять. Весь смысл – в простоте и доступности.



ПЕСОЧНИЦА

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

ХАБРАХАБР – РЕСУРС ДЛЯ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ.

[HABRAHABR.RU/POST/265451](http://habrahabr.ru/post/265451)

ПОШАГОВЫЙ ТЬЮТОРИАЛ О HOVER-ЭФФЕКТАХ. ВСЕМ НАМ ЗНАКОМЫЕ ЗАТЕНЕНИЯ И ВЫДЕЛЕНИЯ КНОПОК И ИЗОБРАЖЕНИЙ ПРИ НАВЕДЕНИИ НА НИХ, МИГАНИЯ, ИЗМЕНЕНИЯ ЦВЕТА – ПРИЕМЫ ИСПОЛНЕНИЯ С ПОДРОБНЫМ ОПИСАНИЕМ И ПРИМЕРАМИ КОДОВ.

ДЕЖУРКА – ОНЛАЙН-ЖУРНАЛ ПО ДИЗАЙНУ

[DEJURKA.RU/CATEGORY/WEB-DESIGN](http://dejurka.ru/category/web-design)

РУБРИКА О ВЕБ-ДИЗАЙНЕ, ГДЕ СОБРАНО ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ПРИМЕРОВ СОВРЕМЕННОЙ И МОДНОЙ ВЕРСТКИ САЙТОВ, А ТАКЖЕ ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ.

БИБЛИОТЕКА ВЕБ-ДИЗАЙНА

[WEBDESIGN.ORG](http://webdesign.org)

НАЗВАНИЕ ГОВОРИТ САМО ЗА СЕБЯ - ЭТО НАСТОЯЩАЯ БИБЛИОТЕКА РАЗЛИЧНЫХ РЕСУРСОВ И ИНСТРУМЕНТОВ ДЛЯ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРА. КРОМЕ ТОГО, НА САЙТЕ ПРЕДСТАВЛЕНА ОТЛИЧНАЯ ПОДБОРКА ТЬЮТОРИАЛОВ КАК ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ, ТАК И ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ.



МАРИЯ
КАРНАУХОВА

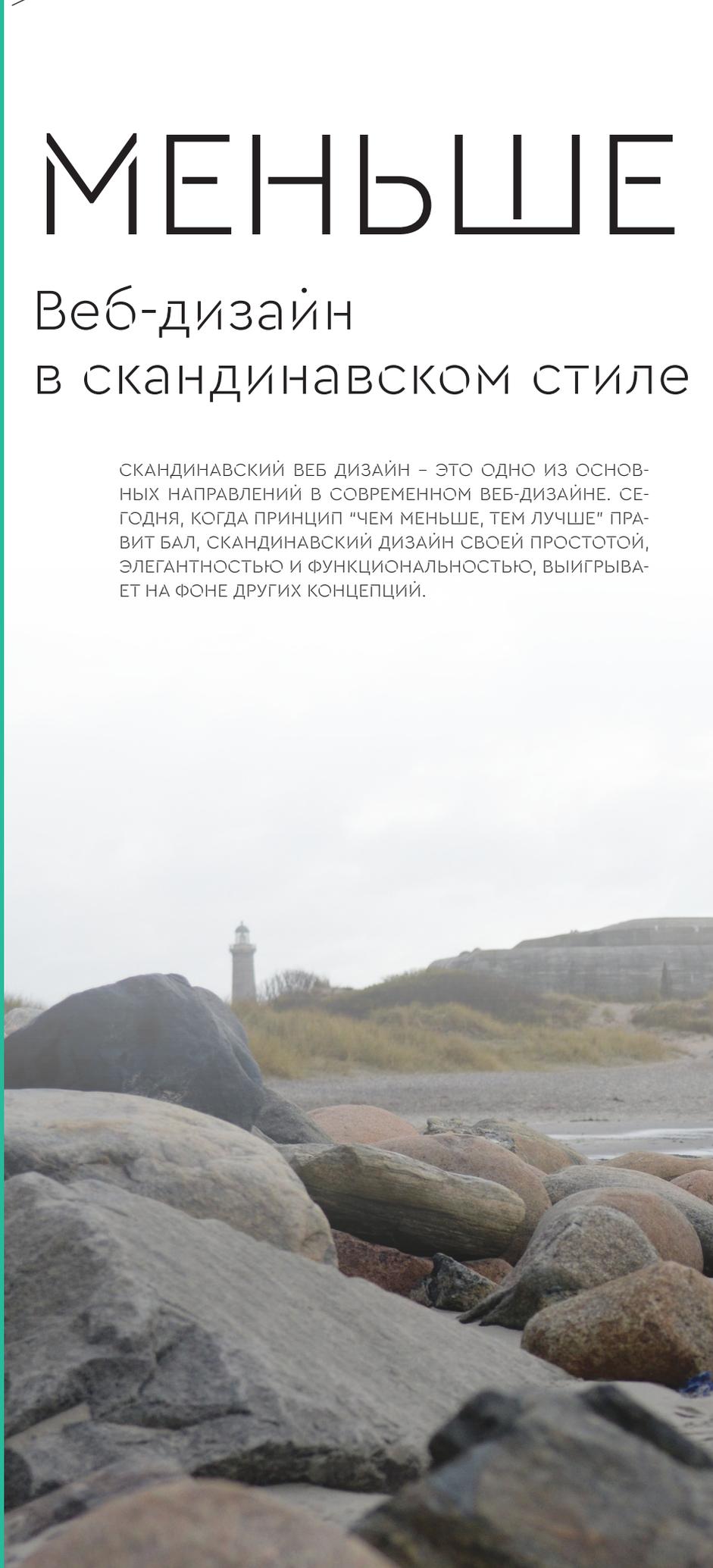
Что сейчас движет миром? Ну, кроме денег... Информация! И находим мы ее преимущественно в Интернете, который воплотил в себе и невключаящийся ящик, и потрепанную книгу, и старого друга, и фотоальбом, и целый мир. В этом случае, без сомнения важными становятся специалисты, которые абстрактный Интернет приподносят на вполне конкретном блюдечке. И среди них - веб-дизайнеры. Именно поэтому я здесь, на кафедре медиадизайна и информационных технологий, где если и не научат создавать сайты с нуля, то точно привьют вкус и научат азам дизайна.

Одним из самых главных трендов в веб-дизайне является скандинавский дизайн. Простой, свежий и ненавязчивый, он, как никакой другой, соответствует самой идее веб-дизайна – чем меньше, тем лучше.

МЕНЬШЕ

Веб-дизайн в скандинавском стиле

СКАНДИНАВСКИЙ ВЕБ ДИЗАЙН – ЭТО ОДНО ИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ ВЕБ-ДИЗАЙНЕ. СЕГОДНЯ, КОГДА ПРИНЦИП “ЧЕМ МЕНЬШЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ” ПРАВИТ БАЛ, СКАНДИНАВСКИЙ ДИЗАЙН СВОЕЙ ПРОСТОТОЙ, ЭЛЕГАНТНОСТЬЮ И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬЮ, ВЫИГРЫВАЕТ НА ФОНЕ ДРУГИХ КОНЦЕПЦИЙ.



– ЛУЧШЕ

ФИЛОСОФИЯ СКАНДИНАВСКОГО ДИЗАЙНА

Родиной скандинавского дизайна являются Дания, Швеция, Норвегия, Финляндия – страны, которые известны своими достижениями в области графического и веб-дизайна. Сам же термин происходит от работ, продемонстрированных под этим названием на выставках по США и Канаде с 1954 по 1957 год.

Характерные черты скандинавского дизайна придали природные и погодные условия: длинные зимы почти без солнца, бескрайние пейзажи. Его легко отличить из-за холодных цветов и строгого тона. В чем его философия?

- функциональность;
- элегантность;
- минимализм.

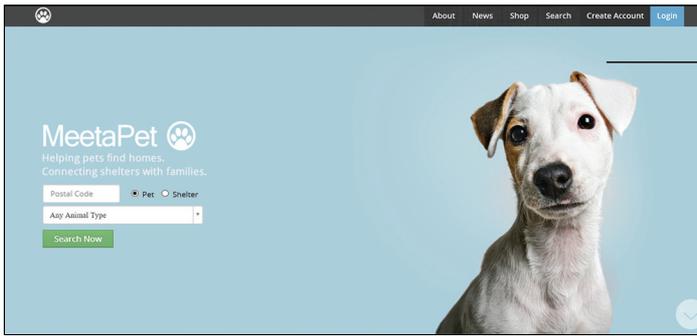
Неудивительно, что концепция стала популярной в Интернете, ведь главная составляющая хорошего сайта – его простота и функциональность.

СКАНДИНАВСКАЯ ЭСТЕТИКА

Главная идея скандинавского дизайна – первичность пространства по отношению к форме. Сайты в этом стиле радуют глаз ясностью и простотой. Такие макеты всегда лаконичны, с большим количеством пустого пространства. Они эффектны без тяжелых графических элементов. Скандинавская эстетика отрицает все “экстра” и “слишком”, она ориентирована на интерпретацию мира без лишних деталей. Высоко функциональный, сочетающий инновационные и классические идеи, скандинавский дизайн всегда в тренде.

Можно возразить, что от скучных туманных макетов легко устать. Однако, вероятность того, что пользователь устанет от сайта в безвкусной цветовой гамме, почувствовав головокружение, гораздо больше. Чересчур яркие цвета раздражают сильнее, чем спокойные. Поэтому свежие и изысканные скандинавские цветовые палитры привлекают больше людей.

Суровая природа – источник вдохновения для дизайнеров, работающих в скандинавском стиле. Северное побережье Дании. Автор: Мария Карнаухова



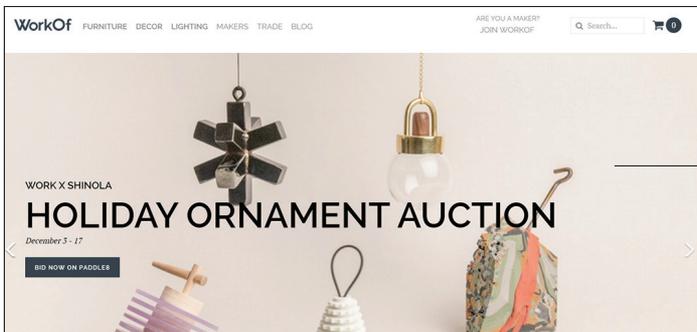
Цветовые схемы

Светлая нейтральная палитра является традиционной для скандинавского дизайна. Наиболее часто используемые цвета: синий, серый, зеленый, бежевый. Такие макеты напоминают нежные размытые картины с выцветшими красками. Им не присущи разноцветные и игривые элементы. При этом всегда есть один очень контрастный элемент, который не позволяет сайту поблекнуть и промелькнуть незамеченным. Указанные цвета применяются к фону сайта, таким образом, создавая тон и атмосферу.



Текстуры

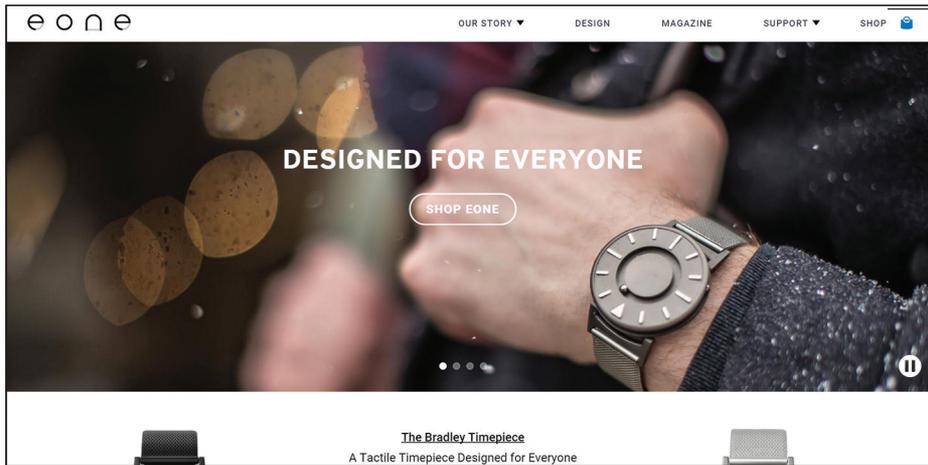
Скандинавский дизайн отличается большим количеством белого пространства, но это не означает, что нет вообще никаких текстур или графических пятен. В основном, это природные (хлопок, лен, шерсть), геометрические текстуры, также выполненные в акварельном стиле, подчёркивающие общую простоту сайта. Задний план часто украшают полосы и ненавязчивые цветочные элементы.



Винтажные элементы

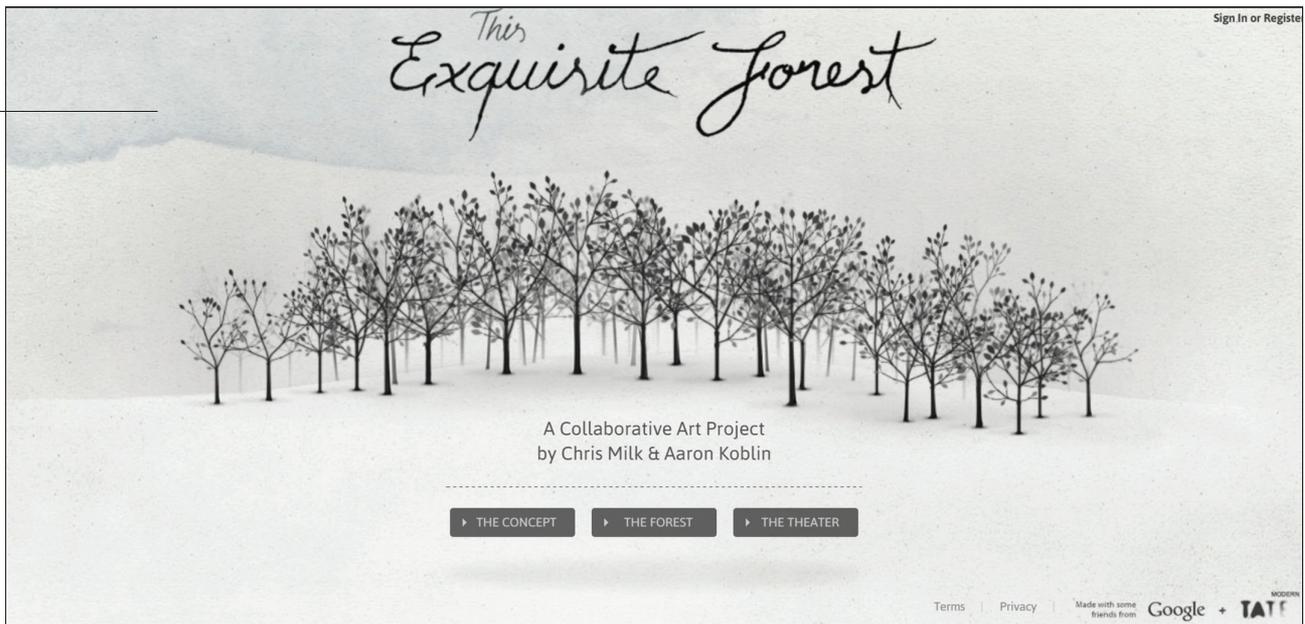
Винтажные элементы – еще одна характерная особенность. Однако, их никогда не бывает много, и они не могут противоречить общей минималистичной концепции.





Логотипы

Хотя простота очень важна, она не исключает креативность. Логотипы, основанные на использовании геометрических фигур, с приятной типографикой и эффектными графическими элементами внутри, они выглядят очень современно, и даже могут быть названы хипстерскими. Будучи оригинальными, составленными из нескольких элементов, они не противоречат основной идее.



Типографика

Ясные, четкие формы являются базовыми для скандинавского дизайна и всех его элементов, в том числе типографики. Возможно использование крупных шрифтов, размещение логотипа или девиза в центре заголовка, но никогда – шрифты с большим количеством декоративных элементов. Использование шрифтов, которые легко разобрать, – еще один секрет изысканного дизайна северных европейских стран.



