VISUAL

ОТ РЕДАКЦИИ

ЮЛИЯ ХУСНУТДИНОВА
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

В детском саду я мечтала стать пианисткой. Восхищенно смотрела, как играет взрослая тетенька-соседка. Думала про себя, что стоит только записаться в музыкалку, выучить ноты, а там, глядишь, и по «Культуре» покажут. Звучит логично, когда тебе пять. Как вы понимаете, вторым Мацуевым я не стала. Но самое смешное, что до сих пор, когда я берусь за что-нибудь новое, то наивно полагаю, что, чтобы быть спецом, нужно освоить несколько пунктов и дело в шляпе. Так же и с дизайном. Уже и графические редакторы освоила, и кучу книг прочитала, и на полезные каналы в телеграме подписалась, и работаю. Но ощущение такое, будто пытаюсь догнать «Сапсан», сидя на хромающем ишаке.

В общем, непонятно, как развиваться, чтобы быть уверенным в том, что упускаешь не так много. В седьмом номере мы попытались рассказать о том, что нужно знать дизайнеру. Этот выпуск – лишь маленькая частица информации. Но если вы его прочитаете, ваш ишак, возможно, перестанет хромать.

vk.com/vizhualmagazine

СОДЕРЖАНИЕ

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

НОВОЕ ИМЯ	Лого-двигатель	6-9
СТАРОЕ ИМЯ	Алан Флетчер	10-11
ИСТОРИЯ	Деловая карточка	12-15
ИНТЕРВЬЮ	Андер или поп?	16-19
РЕПОРТАЖ	Calligrafest	20-23
ТУТОРИАЛ	Графический планшет. А что еще?	24-27

ФОТОГРАФИЯ

НОВОЕ ИМЯ	Крокодил на кровати	30-31
СТАРОЕ ИМЯ	«Камера – пропуск»	32-35
ИСТОРИЯ	Фотожизнь трех десятилетий	36-41
ИНТЕРВЬЮ	Почему так популярна пленка?	42-45
РЕПОРТАЖ	Hungry waste people	46-49
ТУТОРИАЛ	Фото в точку	50-53

ВЕБ-ДИЗАЙН

НОВОЕ ИМЯ	Creative people: от белочки к единорогу	56-59
СТАРОЕ ИМЯ	Олег Пащенко	60-63
ИСТОРИЯ	Вместо тысячи слов	64-67
ИНТЕРВЬЮ	Жонглируй шрифтами, а не играй	68-71
РЕПОРТАЖ	Юзабилити единым	72-73
ТУТОРИАЛ	Платформы для стильных сайтов	76-79

VIЖUAL #7
сентябрь-декабрь 2018

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

Главный редактор:
Юлия Хуснутдинова
Ответственный секретарь:
Анна Ускова

Корректор:
Екатерина Седошенко

Арт-директор:
Маргарита Шмакова

Выпуск подготовлен под руководством Е.В. Малиновской

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН

КАРИНА
РАСУЛОВА

С работами Логомашины я познакомилась в начале этого года: случайно оказалась на мастер-классе арт-директора Романа Горбачева. Основатель компании рассказал, как все начиналось, как проходит рабочий день дизайнеров Логомашины, и пробежался по портфолио, дополняя показ каждого логотипа или айдентики какой-нибудь историей карьерного взлета фирмы заказчика или еще о чем-нибудь. Мне понравилось.

С тех пор я постоянно слежу за их новыми дизайнами, смотрю уроки на Youtube-канале и невольно сравниваю с работами других студий. Логомашина остается лидером моего хит-парада.

С фанатизмом показываю их портфолио всем знакомым. Ну и, разумеется, с большим удовольствием хочу рассказать о проектах этих ребят, талантливых дизайнеров, на страницах VIЖUAL.

ЛОГО-ДВИГАТЕЛЬ

НА КАКОМ БЕНЗИНЕ ЕЗДИТ ЛОГОМАШИНА

Пять лет назад у студента-экономиста Романа Горбачева были только большая любовь к дизайну, восемь тысяч рублей и желание запустить свой лого-проект. Роман создал сайт и начал брать заказы: сначала выполнял все сам, после – стал искать людей в команду. Так у Логомашины появился управляющий проектом, дизайнеры на удаленке... И понеслась.

На сегодняшний день в творческой папке Логомашины больше 1,5 тысяч проектов: сами ребята говорят, что это больше, чем у любой другой студии в мире – по крайней мере, среди известных.

Все иллюстрации на полосе с logomachine.ru

Логотипы питерских организаций

Такси – новый житель Петербурга

Возможно, вы видели кофейни ETLON COFFEE, вывеску и сайт магазина одежды Capsula или уже пробовали лапшу от Wok'n'Box. Даже если нет – когда столкнетесь, то будете в курсе, что их айдентикой занимались дизайнеры Логомашины. В числе других разработок студии – эмблема Симфонического оркестра МГУ, рестайлинг букмекерской конторы 1xBet и крупного технического форума Heisenbug. А еще в Петербурге скоро появятся новые герои: пес такси и бородач с волшебной палочкой, а по совместительству любитель черного свежезаваренного – Кофей.

ДЖОН ИЛИ ФЕДОР

Зимой по Интернету прокатилась история про неоцененный логотип от студии Артемия Лебедева для гомельской бургерной «ДжонФедор». Заказчик отреагировал категорично: «Я уже однажды делал этот логотип сам. В 1996 году, когда впервые познакомился с программой Paint», а пользователи сети активно создавали мемы с пародиями на новый дизайн. В программе у Дудя Лебедев заявил, что через пару лет все поймут, насколько этот логотип крутой.

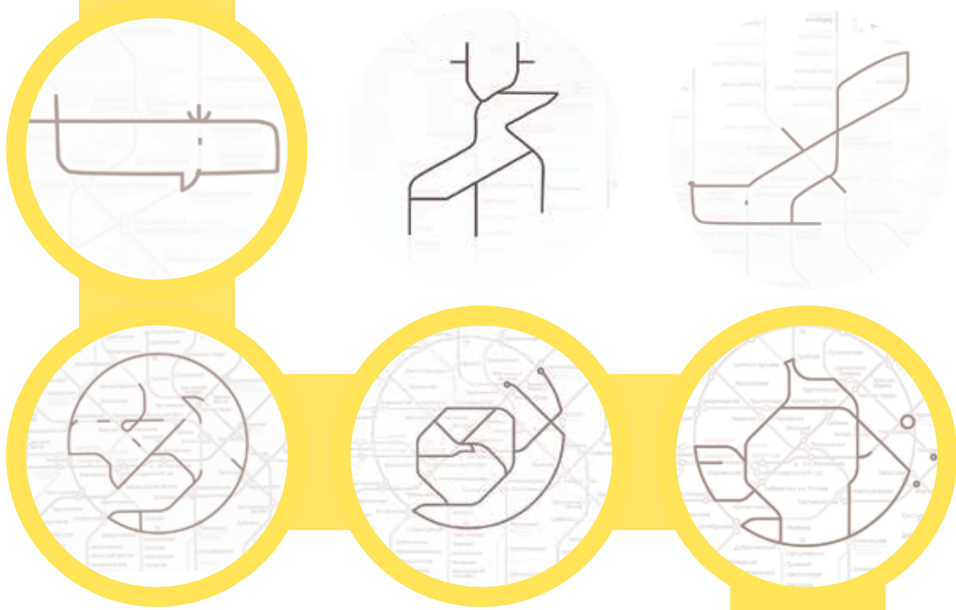
Слева фирменный «бургер» от Лебедева
Справа «бургеры» от Логомашины.
На чьей стороне ты?

Тогда Логомашина отреагировала на эту историю, разработав свой вариант фирменного стиля. Федора и Джона обыграли в образах персонажей-человечков: нашего земляка-славянина и его заморского приятеля. Меню на двух языках, перчатки – каждая со своим именем – и упаковка сахара, на которой, когда ее ломаешь, Джон и Федор бьются лбами.

ЗООПАРК В ПОДЗЕМКЕ

Несколько лет назад дизайнеры разглядели в линиях питерского и московского метро силуэты попугаев и тюленей. Приглядитесь: на карте нашей подземки затаились кашалот, упавшая лиса и олень. А между станциями столицы спрятались котенок, рыбка и улитка.

cameralabs.org



logomachine.ru

В целом, студия часто придумывает для подписчиков развлекательные и полезные штуки. Несколько раз Логомашина запускала бесплатные акции в сети и помогала улучшить чей-нибудь лого или даже разработать новый любому, кто оставил комментарий под постом. Студия активно реагирует на популярные проекты и предлагает свою альтернативу: например, кроме айдентики для бургерной «ДжонФедор», ребята разрабатывали индивидуальный стиль для Екатеринбурга и Питера. У дизайнеров есть свой YouTube-канал, где они делятся наблюдениями о стереотипах в логопроизводстве, дают советы начинающим, разбирают чужие ошибки в оформлении и рассказывают о себе. В общем, сплошной интерактив.

КАК ЭТО РАБОТАЕТ

Дизайнеры Логомашины берегут время и нервы. И свои, и клиентские. Заказчик заполняет большую анкету-бриф, в которой указывает всю необходимую инфу о своем продукте, менеджер уточняет детали, и на время работы дизайнеры и заказчики друг другу не мешают. На выполнение задания у сотрудников есть 21 день – такой срок они установили себе сами. Спустя три недели студия выдает клиенту готовый проект. Кому-то может показаться неправильным, что разработка проекта, за который ты отдаешь свои деньги, ведется без твоего контроля. Но у Логомашины иная позиция: делать логотипы – их работа, делают они ее хорошо, и вмешиваться в нее не надо.

> ДИЗАЙН – ЭТО ВСЕГДА ВЫБОР. НАПРИМЕР, НЕЛЬЗЯ ОДНОВРЕМЕННО ВЫДЕЛИТЬСЯ ЗА СЧЕТ ЭКСПРЕССИВНОСТИ, НО ПРИ ЭТОМ ОСТАТЬСЯ КОНСЕРВАТИВНЫМ – ЭТО РАЗНЫЕ ЧАШИ ВЕСОВ. ТАК ЖЕ, КАК НЕЛЬЗЯ СДЕЛАТЬ ЧТО-ТО ПРОСТОЕ, НО АБСОЛЮТНО УНИКАЛЬНОЕ: ПРОСТОТА – ЭТО ШАГ В СТОРОНУ ПОХОЖЕСТИ. ЗАПОМНИТЕ: ДИЗАЙН – ЭТО ВЫБОР.

Кофея сначала придумали на бумаге, а потом перенесли в графический редактор

В случае, если клиент категорически отказывается от итогового варианта, все деньги ему вернут. Однако, как признался директор студии на одном из недавних мастер-классов, количество «возвратов» можно сосчитать на пальцах одной руки. Со всеми работами студии можно познакомиться на ее сайте (спойлер: это затягивает на несколько часов).

АНЯ
САХАНОВА

Когда занимаешься графическим дизайном, то, прежде чем выработать свой стиль, много смотришь: скроллишь ленту в Instagram или листаешь Pinterest, в который раз идешь в Главный штаб Эрмитажа к Матиссу или фотографируешь скульптуры в Летнем саду. После ежедневных наблюдений отмечаешь, что хорошая работа чаще лаконична и проста до возгласа: «Как я сам до этого не додумался?!». Например, к штрихкоду добавить пару ручек, как у пакета, – это же воплощение слова shopping. Гениальное просто.

АЛАН ФЛЕТЧЕР

АЛАНА ФЛЕТЧЕРА СЧИТАЮТ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ ВЛИЯТЕЛЬНЫХ ФИГУР В ПОСЛЕВОЕННОМ БРИТАНСКОМ ГРАФИЧЕСКОМ ДИЗАЙНЕ. ОН СОЗДАЛ ОСТРОУМНЫЙ ВИЗУАЛЬНЫЙ СТИЛЬ С ПОМОЩЬЮ СИНТЕЗА ГРАФИЧЕСКИХ ТРАДИЦИЙ ЕВРОПЫ И СЕВЕРНОЙ АМЕРИКИ. КАЧЕСТВАМИ ЭФФЕКТИВНОГО ДИЗАЙНЕРА ФЛЕТЧЕР НАЗЫВАЛ «ДОВЕРЧИВОСТЬ РЕБЕНКА, ПРЕДАННОСТЬ ЕВАНГЕЛИСТА И ВЫНОСЛИВОСТЬ ВОЕННОГО МОРЯКА».

https://designtalk.club/alan-fletcher

Victoria and Albert Museum. 1990

www.alanfletcherarchive.com/archive/cover

Architecture is optimism. 1996

Во время Второй мировой войны Алан учился в школе-интернате в Хоршаме. После – поступил в школу искусств в Хаммерсмите. В 1950 году подал заявки в четыре художественные школы и поступил в Центральную школу. Там познакомился с Колином Форбсом и Тео Кросби, будущими бизнес-партнерами по Pentagram.

Продолжил свое обучение Флетчер в Йельском университете в США. В Йеле происходит судьбоносная встреча с педагогом и великим дизайнером Полом Рэндом. После окончания учебы Алан Флетчер отправился путешествовать в Латинскую Америку, но остановился в Лос-Анджелесе, в надежде заработать немного денег на поездку. С автобусной станции он позвонил Солу Бассу, американскому графическому дизайнеру и киноплакатисту, и нанялся к нему в качестве помощника.

“DESIGN IS NOT A THING YOU DO IT IS A WAY OF LIFE

Знакомство со многими дизайнерами-графиками положительно отразилось на творческой энергии Флетчера. Вместе с Колином Форбсом и Бобом Джиллом Алан арендовал студию и запустил дизайнерскую компанию Fletcher Forbes Gill. В этот период формируется индивидуальный стиль дизайнера, который можно охарактеризовать как соединение Европейского минимализма с элементами американской поп-культуры.

После реорганизации Crosby Fletcher Forbes Алан Флетчер основал Pentagram, которая впоследствии стала крупнейшей в мире независимой дизайнерской студией.

Ее уникальность заключается в партнерской модели: дизайнеры являются одновременно и владельцами бизнеса, и создателями продукта, и его продавцами.

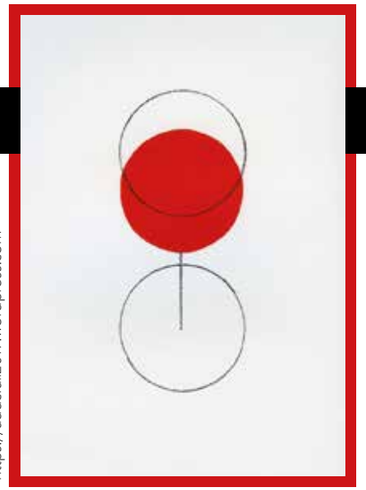
Дизайнер посвятил работе в студии два десятилетия, но ушел в результате конфликтов: как он сам писал, «зажмурив глаза, прыгнул в новую жизнь». Так или иначе, часть работ Флетчера тех времен до сих пор активно используется. Примером может служить логотип для Музея Виктории и Альберта, одного из богатейших в мире собраний изящных и прикладных искусств и дизайна.

Логотипов Флетчер создал много. Один из самых известных состоит из 84 точек. Этот логотип для Reuters был создан в 1965 году, а изменен только в 1992. Еще одно подтверждение того, что минимализм и лаконичность – лучший друг дизайна.

www.alanfletcherarchive.com/archive/cover

Postcards: Dorset Square, The Pelham, Durley House and The Enterprise Bar & Restaurant Firmdale Hotels Plc. 1992

https://addcfall2017.wordpress.com



Glass of Beaujolais. 1994

www.alanfletcherarchive.com/archive

Postcards: Dorset Square, The Pelham, Durley House and The Enterprise Bar & Restaurant Firmdale Hotels Plc. 1992

ОЛЕСЯ
ЛИТВИНЕНКО

При знакомстве с человеком первое, что мы узнаем – это его имя. Уже потом – чем он увлекается, возможно, где работает или учится. Люди рассказывают о себе и дают друг другу свои визитки, но не на бумаге, ткани или другом носителе. Эта информация моментально идет (или не идет) в нашу память.

С течением времени менялись и визитки (от вычурных до минималистичных), и цель их использования (от уведомления о приезде до передачи информации в процессе делового общения).

Как вы поняли, я хочу рассказать об истории маленького кусочка бумаги, который сам по себе может сообщить намного больше информации, чем кажется на первый взгляд.

ДЕЛОВАЯ КАРТОЧКА

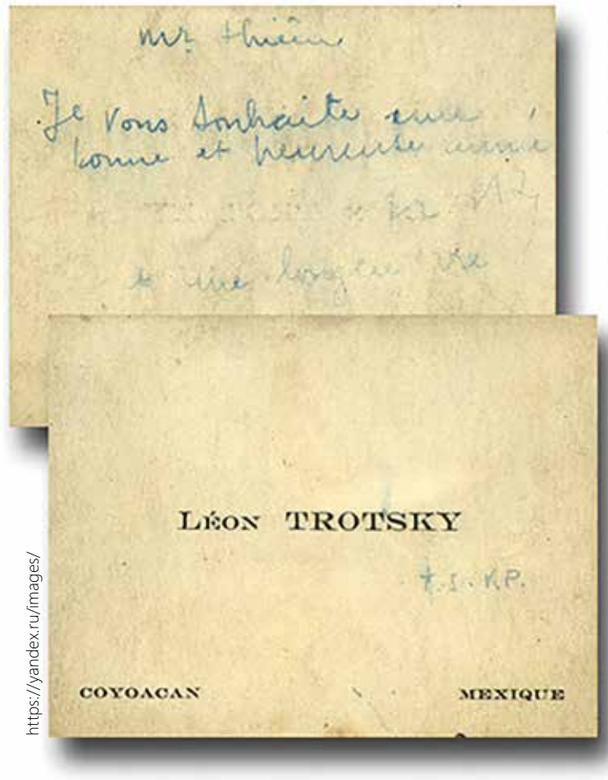
ЧТО ТАКОЕ ВИЗИТКА? МНОГИЕ ПОДУМАЮТ, ЧТО ЭТО КУСОЧЕК КАРТОНА С ФАМИЛИЕЙ, ИМЕНЕМ И ТЕЛЕФОНОМ НУЖНОГО НАМ ЧЕЛОВЕКА. НО ЭТОТ КРОХОТНЫЙ КУСОЧЕК КАРТОНА МОЖЕТ СЫГРАТЬ В ДЕЛОВОЙ ЖИЗНИ ЗАМЕТНУЮ РОЛЬ.

Родиной возникновения визиток считается Древний Китай. Они появились еще в III веке и изначально изготавливались на специальных деревянных или бамбуковых дощечках, на которые наносились иероглифы. В дальнейшем визитки стали делать на шелковой ткани, а еще позднее, – на красной бумаге. Подобные карточки обязательно имел каждый китайский чиновник.

Первое, что должен был сделать служащий, получивший новое назначение – это, приехав на место, разослать визитки для знакомства своему начальству, сослуживцам и просто соседям.

Одно из первых упоминаний о визитной карточке в Европе было оставлено во Франции в эпоху короля Людовика XIV. Визитка в те времена представляла собой игральную карту с именем визитера. Естественно, что первыми обладателями визиток стали аристократы.

В XVI–XVII веках гравированные визитки (тогда они назывались «визите-билетте») уже имели жители Флоренции и Венеции. Именно там в то время была отлично развита полиграфия. Изготовление визиток стало своего рода искусством, которым занимались одни из лучших мастеров того времени.



https://yandex.ru/images/

Визитная карточка государственного деятеля Льва Троцкого, XX век

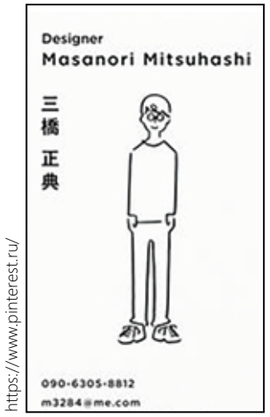
В России же визитные карточки появились во времена царствования Елизаветы, а в моду вошли при Екатерине II. Тогда они были достаточно вычурные, с большим количеством растительных орнаментов и гербами владельцев. Визитные карточки того времени полностью наследовали черты своих французских предшественников, да и в большинстве случаев привозились непосредственно из-за границы. Визитками кавалеры и дамы обменивались на балах и во время выездов в свет. Причем поначалу это не несло никаких сведений делового или рекламного характера.

> В ПРИХОЖЕЙ ВСЯКОГО ПОЧТЕННОГО ДОМА ОБЯЗАТЕЛЬНО СТОЯЛ СЕРЕБРЯНЫЙ ПОДНОС ДЛЯ ВИЗИТНЫХ КАРТОЧЕК. НАВЕЩАЯ ЗНАТНУЮ СЕМЬЮ, ПРИНЯТО БЫЛО ОСТАВЛЯТЬ СВОЮ ВИЗИТКУ НА ЭТОМ ПОДНОСЕ. ЕСЛИ ГОСТЬ НЕ ЗАСТАВАЛ ХОЗЯИНА ДОМА, ВЕРХНИЙ ЛЕВЫЙ УГОЛОК ВИЗИТКИ ПРИНЯТО БЫЛО ЗАГИБАТЬ.

За границей существовали два вида карточек: вертикальная и горизонтальная. Визитка вертикального формата появилась в конце XIX века, горизонтальная же – несколько раньше.

До революции в России визитные карточки были очень распространены. Прежде всего они являлись своеобразным свидетельством визита. К примеру, извещая о своем возвращении или принося благодарность, необходимо было лично приехать, а когда хозяев не было дома, оставлялась визитка. Достаточно удобны были визитные карточки, имеющие на каждом углу начальные заглавные буквы. Эти буквы обозначали различные причины визита.

Например, «П» – означает поздравление, «О» – отъезд куда-либо и, соответственно, прощальный визит перед отъездом, «Ж» – пожелание узнать о состоянии здоровья, «В» – возвращение из длительного путешествия. На визитке загибался угол, на котором была написана буква, соответствующая цели посещения.



https://www.pinterest.ru/

Визитная карточка дизайнера Масанори Мицухаши, XXI век

Указание на визитках адреса владельца становится обязательным элементом ее оформления, однако на дамских визитных карточках его печатать не принято. Дамские визитки в целом выглядели изящнее и миниатюрнее. Мужские же, наоборот, часто имели большие размеры и порой достигали формата почтового конверта.

Одновременно с визитными карточками создавались различные аксессуары к ним. В прихожей всякого почтенного дома обязательно стоял серебряный поднос для визитных карточек. Навещая знатную семью, принято было оставлять свою визитку на этом подносе. Если гость не заставал хозяина дома, верхний левый уголок визитки принято было загибать.

Во времена СССР визитные карточки были объявлены «пережитком прошлого» и практически вышли из широкого употребления. Но спустя время вновь появились, по большей части среди государственных чиновников и артистов.

В основном преобладал горизонтальный формат. Еще одним немаловажным правилом русской визитки того времени стал одинаковый размер, полный отказ от какой-либо изысканности и пышности.

Их полное возрождение произошло в 60-х годах. При этом изготовление и печать визиток находилось под строгим контролем государства. В Европе визитная карточка уже давно стала серьезным инструментом налаживания деловых контактов, поддержания отношений. Порой можно

https://www.pinterest.ru/

Визитная карточка, XXI век

даже оскорбить своего партнера по переговорам, не дав ему свою визитную карточку. Особенно сильны эти традиции в южных странах Европы – во Франции, Италии, Испании, Португалии. Любое знакомство с деловыми людьми в этих странах начинается с обязательного обмена визитными карточками. Если в ответ на протянутую визитку нет возможности дать свою, то следует извиниться, объяснив причину и пообещав послать карточку при первой возможности.

https://yandex.ru/images/

Визитная карточка президента США Джорджа Буша, XX век

Так что же такое визитка? Многие подумают, что это кусочек картона с фамилией, именем и телефоном нужного человека. Но этот крохотный кусочек картона может сыграть в жизни заметную роль.

Именно визитная карточка является необходимым атрибутом деловой жизни. Это своего рода знак доверия. Когда люди обмениваются визитками, это значит, что они готовы к сотрудничеству. В книге «Законы бизнеса» говорится, что «карточка – это стратегическое оружие. Она влияет на развитие бизнеса еще долго после того, как вы дали ее кому-то. Не жалейте карточек. Ответ на вопрос: «Чем вы занимаетесь?» – должен лежать у вас в кармане».

https://www.pinterest.ru/

Визитные карточки дизайнеров Майка Лавленда и Альмы Лавленд, XXI век

АНДЕР ИЛИ ПОП?

ЕВГЕНИЯ ГОРБУНОВА

Меня привлекли работы CFN SLR ещё до знаменитого батла Оксимирон-Гнойный, который спровоцировал разрыв аппендикса в СМИ в августе 2017 года с последующим перетонитом информационного пространства.

В чем-то взгляды Селлера совпадали с моими. Мне нравилось наблюдать в сети за дизайнером большого проекта, который намеренно оставался в тени. Благодаря ему, в том числе, «Антихайп» стал таким, каким его знают. Выпускать музыку – это полдела. Сейчас так же важно ее стильно упаковать.

В бывшем арт-директоре «Антихайпа» чувствуется дух контркультуры, заложенный в этот проект. Каждому художнику хочется противиться конформизму. Звучит смешно, но меня вдохновляет, когда у кого-то это получается.

Злое и мрачное интервью. Уберите чувствительных людей от мониторов.

ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ С БЫВШИМ АРТ-ДИРЕКТОРОМ РЭП-ОБЪЕДИНЕНИЯ «АНТИХАЙП» COFFIN SELLER (АНГЛ. ПРОДАВЕЦ ГРОБОВ) О ТЕМНЫХ МАТЕРИЯХ, РЭП-ДВИЖУХЕ И ИСКУССТВЕ.

Фото на развороте предоставлены героем интервью

Черно-белые депрессивные фотографии раскрывают внутренний мир их автора. Но этот мир не уступает в красоте цветному

> ЧЕМ СЕЙЧАС ПОП-АРТ ОТЛИЧАЕТСЯ ОТ КОММЕРЧЕСКОГО ДИЗАЙНА ИЛИ ТОЙ ЖЕ РЕКЛАМЫ СПАЙСОВ НА СТЕНАХ ШКОЛ? ПОЖАЛУЙ, УЖЕ И НИЧЕМ.

– Когда обращаешь внимание на твои образ, никнейм, посты в соцсетях, в голову приходят мрачные ассоциации. Почему ты концентрируешься на темных, протестных вещах, часто связанных со смертью?

– Я не буду рассказывать, как я в прошлом кололся героином и лежал на принудительном лечении в психдиспансере. Или про время и место, где я рос. Наверное, изначально все идет оттуда, а в дальнейшем просто накручивается, как бродячие животные на колесо КамАЗа.

– Как появилась идея для образа в маске?

– Первый фотосет антихайпового мерча мы провели в переделанной страйкбольной маске. Позже я вспомнил, что когда-то мы брали интервью у Юры Отинова, он же Мэл Корпс (создатель масок. – *Ред.*), списались с ним и начали сотрудничать. В итоге копии моей второй маски от Юры даже какое-то время продавались.

В использовании маски есть как минимум два ощутимых плюса: это дает чувство защищенности и анонимность, пусть и мнимую. Это хороший, продающийся образ.

Фото предоставлено героем интервью

> Я ПОЧТИ УВЕРЕН, ЧТО МОЖНО ДЕЛАТЬ ГОНЗО В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ.

Lofianimal.ru

VK: ЗАМАЙ / АНТИХАЙП

VK: РЕНЕССАНС

VK: РЕНЕССАНС

Ребята из «Антихайпа» – прекрасные люди. С большинством из них я остаюсь в достаточно теплых отношениях и сейчас.

– Ты разрабатывал логотип и мерч «Антихайпа», которые стали активно подделывать. Как относишься к тому, что кто-то ворует твои идеи и делает на них деньги?

– Я вижу паль в основном в Интернете, и то мне присылают фотографии. Я не очень часто выхожу из своей квартиры и уж тем более не бываю в местах скопления подростков, чтобы видеть это живьем.

Массовая подделка мерча влияла на количество заработанных непосредственно мной денег. Но это забавно, когда подделывают все: от школьников из провинции до крупных польских брендов, пусть и низшего ценового сегмента. И такое было.

– Почему ваше сотрудничество с «Антихайпом» закончилось?

– Долгое время мне было интересно работать в этой сфере, но больше нет. Всему свое время. Но я продолжаю рисовать те же обложки, мерч, как по знакомству, так и в качестве коммерческих заказов.

– Как вы с русскими рэперами нашли друг друга?

– Кажется, в 2009 году я познакомился с Ваней Смехом из группы «Ленина Пакет». Через «Пакетов» я вышел на всю эту движуху, связанную с русским рэпом. Со временем познакомился с Андреем Андреевичем (Замай, участник «Антихайпа». – *Ред.*). Момент появления проекта «Антихайп» я помню слабо. Мне совершенно не нравилось название. Я предлагал что-то иное.

– Каково было быть их арт-директором?

– Замечательно. Очень нервно, но это плюс. Только в моменты особенно острого стресса я чувствую себя живым.

VK: РЕНЕССАНС

– Какие дальнейшие планы? Я читала, что ты запустил андеграундный интернет-журнал...

– Почему сразу андеграундный? Может быть, мы уже продали жопу Моссаду, лично Путину или Сатане, как знать. Сейчас и правда основное направление – это проект «Lofianimal.ru» (англ. Lo-fi – «низкое качество звукозаписи; музыкальный стиль»). Я почти уверен, что можно делать гонзо в современных реалиях, и это может быть интересным.

– Как долго ты шел к формированию своего стиля?

– Я не могу ответить, как долго шел. Не знаю, пришел ли. То, что я делаю, больше всего попадает под категорию «поп-арт». Но чем сейчас поп-арт отличается от коммерческого дизайна или той же рекламы спайсов на стенах школ? Пожалуй, уже и ничем. Искусство мертво, мы просто дожираем его труп.

– Что посоветуешь другим художникам, которые ищут себя?

– Художникам я бы посоветовал найти хорошую работу в офисе, нарожать детей и умереть от инсульта, не дожив до пенсионного возраста. Так будет проще.

> ХУДОЖНИКАМ Я БЫ ПОСОВЕТОВАЛ НАЙТИ ХОРОШУЮ РАБОТУ В ОФИСЕ, НАРОЖАТЬ ДЕТЕЙ И УМЕРЕТЬ ОТ ИНСУЛЬТА, НЕ ДОЖИВ ДО ПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА.

Фото предоставлены героем интервью

VK: РЕНЕССАНС

VK: РЕНЕССАНС

Lofianimal.ru

ЭЛИНА
КОСТРИЦА

Когда я решила пойти на Calligrafest, думала о нем как об очередном чекпоинте на пути к сессии. Приду, послушаю, сфотографирую и уйду. Но, погрузившись в атмосферу увлеченных каллиграфией людей, сама не заметила, как день подошел к концу. Бодрость заменила усталость, а интерес – скептицизм. Двухчасовые лекции хочется слушать даже стоя, писать гусиным пером – удобно, а организаторы и участники фестиваля не прочь ввести тебя в курс дела. Сама каллиграфия – это не тот пресловутый урок чистописания из «совковой» школы, а модное нынче веяние, которое встречаешь повсюду: на свадебных приглашениях, вывесках кафе, в граффити на стенах, дизайнерских шрифтах и даже на праздничных тортах. Классика или мейнстрим?

CALLIGRA FEST

CALLIGRAFEST – ВТОРОЙ ПО СЧЕТУ ФЕСТИВАЛЬ КАЛЛИГРАФИИ В РОССИИ

ОРГАНИЗАТОРОМ ФЕСТИВАЛЯ ЯВЛЯЕТСЯ STUDY CALLIGRAPHY – ПРОЕКТ, ПОСВЯЩЕННЫЙ ИСКУССТВУ КИРИЛЛИЧЕСКОЙ И ЗАПАДНОЕВРОПЕЙСКОЙ КАЛЛИГРАФИИ И ЛЕТТЕРИНГУ. СТУДИЯ ОТКРЫЛАСЬ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ, ЗАНЯТИЯ ПРОВОДЯТСЯ ПО РАЗЛИЧНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ: ОТ ДЕТСКОЙ КАЛЛИГРАФИИ ДО ГОТИЧЕСКОГО ПИСЬМА.

Каллиграфия объединяет поколения: лекции и практикумы проводят как уже известные состоявшиеся мастера, так и молодые амбициозные творцы. Для тех, кто хочет в каллиграфию или прокачать скилл, советую следить за следующими персонажами:

ВИКТОР ПУШКАРЕВ

Молодой московский каллиграф характеризует свое творчество как «современная старорусская эстетика». Всего за несколько лет работы он успел посотрудничать с такими брендами, как Starbucks, Nescafé, Запорожец Heritage и др. Один из текущих проектов Виктора – «Лес». Он ходит в лес и рисует буквы на деревьях. До некоторых пор основными зрителями были белки и ежики, пока Виктор не взял камеру и не перенес свои работы в мир цифровых технологий.

Скоро у Виктора выходит учебник по вязи. Одна из глав – анимирование букв, выполненное как пособие для каллиграфа. По его словам, раньше такого не делал никто. Можно увидеть, каким образом надо держать инструмент – сторона, наклон – чтобы нарисовать букву по всем канонам.

«Старайтесь перепрыгнуть ту планку, которую достигли раньше – это развивает индустрию в целом», – советует молодой каллиграф.

https://vk.com/vi_ktor

Проект «Лес»

АНДРЕЙ САННИКОВ

В Школе занимаются каллиграфией не прикладного толка из серии «ну давайте поучимся рисовать открытки в стиле Фродо Бэггинса», а, скорее, аналитического. Преподаватель призывает не просто любоваться на буквы и слепо восхищаться ими, а делать анализ рукописи. На Calligrafeste он провел урок исторической реконструкции письма. «Скоропись была настолько баловницей, настолько раздолбайской, что старейшины-каллиграфы, глядя на работы своих учеников, брали розги», – смеется Андрей.

ЮЛИЯ КУЗНЕЦОВА

Основатель и руководитель школы современной каллиграфии и леттеринга U0026. Это большой обучающий центр, деятельность которого охватывает множество направлений: от проведения образовательных курсов и мастер-классов до индивидуальных занятий.

На уроках Юлия позволяет «похулиганить» своим ученикам, особенно тем, кто считает отрисовку пропорциональных овалов и идеально ровных палочек скучным занятием. Юлия уверена, что сначала нужно познать азы и набить руку, а уже после можно пускаться в свободное плавание. Чтобы нарушать правила, надо их знать.

«Как я работаю с теми, кто не выполняет домашние задания? Никак», – объясняет Юлия. Но вот схема борьбы с халявщиками: в конце курса обязательный просмотр работ за семестр. В коллективе есть некая конкуренция, и тот, кто плохо выполнял задания, начинает стыдиться, а в следующий раз работает старательнее. Все дело в методах, считает Юлия: «Нет плохих студентов – вы просто нашли неправильный подход».

U0026

http://u0026.ru/

Школа каллиграфии Ю. Кузнецовой

АЛЕКСАНДР БОЯРСКИЙ

Профессиональный каллиграф и художник. Сейчас, уже известный, он является преподавателем в Study Calligraphy, а на урок к нему хотят попасть почти все, кто хоть раз брал в руки перо.

«Чтобы росчерк был максимально красивый, в его основе должны лежать простые геометрические фигуры – овалы, круги, треугольники», – рекомендует Александр. «Писать каллиграфически нельзя, подперев голову рукой или развалившись на стуле. Сидеть необходимо с прямой спиной, а края листа должны быть расположены параллельно руке, которую кладут на стол так, как удобнее автору. Рука двигается целиком, локоть не должен лежать на столе». Александр уверен – все дело в тренировках.

MICHAEL SULL

Эксперт по спенсериану* и орнаментальному письму, всемирно признанный мастер каллиграфии и преподаватель, член американской организации IAMPETH. Был каллиграфом Рональда Рейгана после его президентского срока.

Тема выступления Майкла – сертификаты. Сегодня за высшие заслуги выдают стекло с гравировкой или грамоту, напечатанную на компьютере, а в допечатное время сертификат был единственной вещью, которой можно было отметить уникальность человека. На данный момент в мире существует от силы пара человек, способных повторить мастерство тех времен. Один из них – Майкл.

Стиль «спенсериан»

http://cforcalligraphy.com/

* Справка: В Америке конца XIX века стиль письма под названием «спенсериан» применяли для ведения бухучета, деловой и личной переписки практически повсеместно. Популярность спенсериана, а также усовершенствование производства стальных перьев побуждали каллиграфов разрабатывать более декоративные формы букв, из которых вырос новый художественный стиль, известный как Off-Hand Flourishing. Использование сильно декорированных заглавных букв и росчерков привело к рождению нового уровня овладения навыками спенсериана, получившими название Ornamental Penmanship.

АННА
ГОЛУБЦОВА

Часто слышу подобное: «Профессионалу все равно с каким инструментом и материалами работать. Он же ПРОФЕССИОНАЛ! А плохому танцору известно что мешает». Это полный бред. Конечно, можно мучаться и создать стоющую вещь. Только такая работа ВАМ принесет мало удовольствия и хорошо, если вовсе не отобьет желание творить.

А можно потратить чуть больше денег на лучший фотоаппарат/графический планшет/краски и самому кайфануть, и другим подарить настроение. Ведь процесс не менее важен, чем результат.

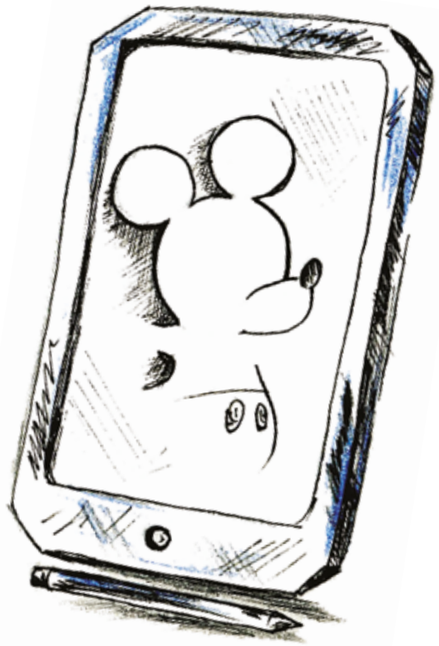
Ищите удобный для ВАС инструмент – именно в этом случае покупка оправдает себя по всем параметрам.

ГРАФИЧЕСКИЙ ПЛАНШЕТ? А ЧТО ЕЩЕ?

ЧЕМ ДИЗАЙНЕР МОЖЕТ ЗАМЕНИТЬ ГРАФИЧЕСКИЙ ПЛАНШЕТ: ИЩЕМ АЛЬТЕРНАТИВЫ

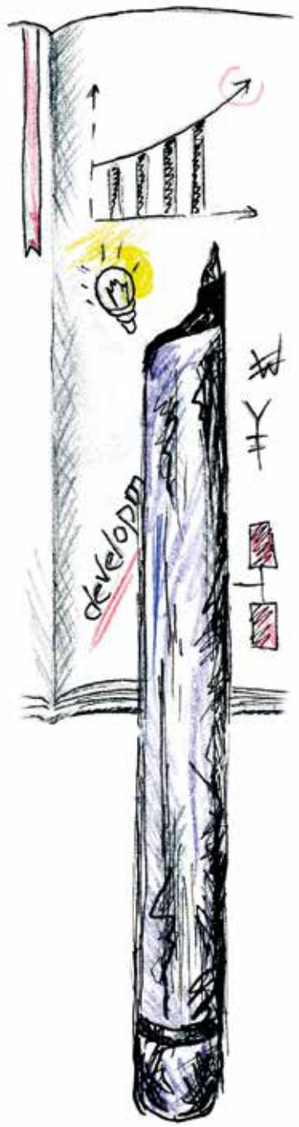
ОБЫЧНЫМ ПЛАНШЕТОМ

Да, некоторые художники используют тот же iPad с дополнительно купленным стилусом и рисуют в специальных программах (например, ProCreate). Поэтому, если вы обладатель планшета, то можете смело начинать пробовать создавать иллюстрации. Но такой способ больше подходит для рисования скетчей и уже дальнейшей проработки на компьютере. Дело в том, что у планшетных ПК чувствительность и время отклика ниже, чем у специальных графических планшетов, поэтому мазки получаются с обрубленными концами, плюс они не сразу появляются на экране, что довольно неудобно.



ИНТЕРАКТИВНЫМ ДИСПЛЕЕМ

Графический планшет намного комфортнее в использовании, чем, например, мышка или сенсорный экран на планшетных ПК, т.к. больше приближен к условиям рисования на бумаге. Конечно, есть нюансы. Если человек рисует на бумаге традиционными материалами, а потом переходит на графический планшет, то мозгу нужно какое-то время на «перестройку»: на обычных планшетах нет экрана и результат своего труда виден человеку на мониторе компьютера. Рука рисует в одном месте, а рисунок появляется в другом. Сложно. Эту особенность подчеркивают даже профессионалы со стажем, поэтому те, кому позволяют финансы, покупают себе интерактивные дисплеи (в народе именуемые «экранники»). Самый известный из них – Wacom Cintiq. По сути, это сенсорный монитор, который подключается к компьютеру. К нему также идет специальный стилус. Очень хорошая вещь особенно для тех, кто работает в индустрии давно: после многих лет пользования простыми карандашами сложно перестроить себя на компьютер, а такой дисплей, пожалуй, максимально точно имитирует рисование на бумаге.



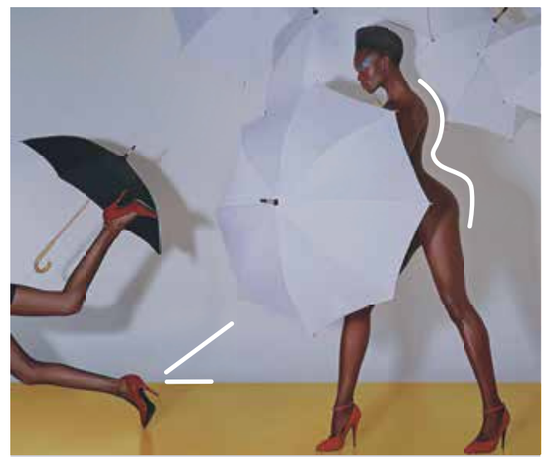
ИНТЕРАКТИВНОЙ РУЧКОЙ

Принцип использования этого гаджета очень похож на принцип использования обычного планшета со стилусом: скачиваешь приложение на устройство, куда будет выводиться картинка, и рисуешь. Отличие в том, что для ручки нужен блокнот, НО специальный (при покупке идет в комплекте). Вы рисуете на нем, а изображение появляется на экране. Казалось бы, все круто, вот тебе и любимая бумага, вот и быстрый вывод изображения из-под руки. Но сложную иллюстрацию с помощью нее будет сделать нелегко. Проблемы те же, что и с планшетом: у ручки низкая чувствительность, а значит рисунок в блокноте будет отличаться от рисунка на экране. Еще одна деталь – проработка цвета. Если вам не нужна сложная объемная картинка, то все в порядке. Если же необходимость есть, то придется дорабатывать иллюстрацию на компьютере.

ISKN SLATE 2.
НАБОРОМ ДЛЯ ЗАМЕТОК И НАБРОСКОВ

За эти же 13 тысяч вы можете приобрести «графическую доску». Технология новая, релиз был в этом году. Принцип: на обычный карандаш крепится специальное кольцо, на платформу кладется лист бумаги (любого типа), все это дело подключается к планшету или компьютеру. Готово. Можно начинать творить. Кольцо считывает и цвет карандаша, и степень нажатия. Казалось бы, что еще пожелать. Но маленькое уточнение: Slate подключается только к продукции Apple

ФОТОГРАФИЯ



ВИКТОРИЯ ВЕРНЕР

КРОКОДИЛ НА КРОВАТИ

ОДНИ НАЗЫВАЮТ ЕГО ГЕНИЕМ СЮРРЕАЛИЗМА, ДРУГИЕ – ШИЗОФРЕНИКОМ. ЕГО СНИМКИ, НАПОМИНАЮЩИЕ ФАНТАЗИИ БЕЗУМНОГО СКАЗОЧНИКА, МОЖНО ВСТРЕТИТЬ В VOGUE, W И ДРУГИХ ИЗВЕСТНЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ. ВСЕ ЭТО – ТИМ УОКЕР, БРИТАНСКИЙ ФОТОГРАФ, КОТОРЫЙ ПИШЕТ ФАНТАСТИЧЕСКИЕ ИСТОРИИ И СОЗДАЕТ СОБСТВЕННЫЕ МИРЫ ПРИ ПОМОЩИ ОБЪЕКТИВА КАМЕРЫ.

Я много раз спорила с людьми на тему того, существует ли на самом деле талант. Многие уверены, что нет: мол, всего нужно добиваться упорным трудом и практикой. Так-то оно правда, без труда стать успешным даже при наличии таланта сложно, но ведь знакомая каждому история: вы потратили кучу времени, чтобы научиться чему-то, но выходит все равно так себе. А ваш знакомый впервые взял в руки инструменты и создал если не шедевр, то по крайней мере что-то, что получится у вас еще не скоро.

Искусство фотографии не исключение – есть люди с врожденным чувством композиции и света. У таких часто выходят красивые снимки, и даже есть шанс найти неплохую работу – снимать свадьбы, например. Но есть люди, которые делают не просто хорошие фото, а, руководя стилистами и визажистами, пишут картины совсем как художники. И такое обычному человеку уже не под силу, это можно сотворить только при помощи чего-то, именуемого талантом. Ну и упорного труда, конечно, куда же без него?

Работы Тима Уокера действительно поражают тем, как безумный гротеск сочетается с высокой модой. Лев на столе, крокодил на кровати, девушки в аквариумах и гигантская кукла в поле – это лишь немногие из его сюжетов, воплощенных в кадре. Ощущение противоречивости при просмотре фотографий Уокера – явление обычное; некоторые признаются, что они вызывают у них необъяснимую неприязнь и даже тревогу.

Duckie thot as Alice for Pirelli Calendar 2018

Duckie thot as Alice for Pirelli Calendar 2018

Однако любой, кто как следует рассмотрит эти снимки, согласится, что каждый из них – результат колоссальной работы. Царящий на первый взгляд хаос на самом деле продуман до мелочей, и ни одна деталь не попадает в кадр просто так. В своих фотографиях Тим Уокер часто обращается к стилю рококо, тут же разбавленному декадансом: так, позолоченные люстры и пышные платья соседствуют с облупившимися стенами

Tilda Swinton for W Magazine 2011

и драматично-черной помадой на губах моделей.

К слову, сам фотограф признается, что мир моды его не вдохновляет, свои идеи он черпает из детских книг и фильмов. Помимо моделей героями его съемок часто становятся знаменитости: среди них Хелена Бонем Картер с Тимом Бертоном, Тильда Суинтон, Эдди Редмэйн и Мадонна. Кстати, снимок последней имеет вполне повседневный, по сравнению с другими работами Уокера, антураж: певица на нем просто отдыхает с семьей возле особняка и кормит куриц.

Несмотря на многолетнюю работу в модной индустрии, в России Тим Уокер пока только начал набирать популярность. В марте этого года в Москве состоялась первая выставка сюрреалиста, где были представлены фотографии для календаря Pirelli. На этот раз основой сюжета выступила сказка

Lindsey Wixson for Italian Vogue 2012

Lily Cole and spiral staircase for British Vogue 2005

For Comme des Garcons 2011

Льюиса Кэролла «Алиса в Стране чудес», героями которой были темнокожие модели и артисты. Так Уокер захотел переосмыслить знаменитую сказку на современный лад, обращая внимание на культурное и расовое разнообразие в мире.

Впрочем, говорить о популярности по количеству официальных выставок будет не совсем справедливо. В интернете снимки Тима Уокера то и дело публикуют в разных блогах с красивыми картинками, и у запоминающегося театрального стиля его работ много поклонников даже среди людей, никогда не читавших Vogue и W и в целом далеких от моды. Ведь мода, хоть и проложила дорогу известному фотографу, все же играет далеко не самую важную роль в его творчестве. И даже если совсем убрать ее со снимков, на них все равно останется главное – Тим Уокер.

ОЛЬГА
УЛЬЯНОВА

Нам всем нравится снимать красивые картинки, которые привлекают внимание: приятный взгляду пейзаж, симпатичных людей, милых животных. Такие фотографии знакомы всем. Диана Арбус решила пойти по другому пути – она тоже снимала притягивающие взгляд сюжеты, но они претили привычному пониманию человека о красоте. Я решила рассказать о ней и напомнить, что для хорошего портрета не нужен герой с идеальным лицом, безупречной укладкой и дорогим костюмом, и что наиболее притягательным в фотографии является именно выбивающийся из ряда вон и выходящий за границы привычного сюжет.

«КАМЕРА – ПРОПУСК»

НА СНИМКИ ДИАНЫ АРБУС НЕ ВСЕМ ПРИЯТНО СМОТРЕТЬ. ОНИ ОТТАЛКИВАЮТ, ДЕРЗЯТ ЗРИТЕЛЮ ПРЯМО В ГЛАЗА, НЕКОТОРЫЕ ВЫЗЫВАЮТ ОТВРАЩЕНИЕ, ДРУГИЕ – СМУЩЕНИЕ, НО ВЗГЛЯД ОТ НИХ ОТОРВАТЬ СЛОЖНО, ОНИ ЗАВОРАЖИВАЮТ.

Диана Арбус родилась в обеспеченной семье. Это во многом определило тему ее будущих фотографий. «Среди прочего, от чего я страдала в детстве, – писала Диана, – это незнакомство с настоящими несчастиями. Я ощущала себя отгороженной от реальности». Ей хотелось окунуться в другой мир, противоположный лощеному блеску того, в котором она выросла, испытать шок от соприкосновения с ненормальным, странным, извращенным, порочным.

Свою карьеру фотографа Диана Арбус начинала вместе с мужем, Аланом Арбусом. Они основали свою студию модной фотографии. Здесь их взгляды на фото противоречили друг другу – Диане было скучно снимать красивых моделей на простом белом фоне, как это делали остальные. В то время она познакомилась с Лизетт Модел, американским фотографом, которая стала новым учителем Дианы. Во многом благодаря ей Арбус осознала, что она правда желает видеть на своих фотографиях.

Перед съемкой она много и долго разговаривала с героем, узнавала о его жизни. «Фрики – это те, кого я фотографировала много. Они были одними из первых, кого я снимала, и они потрясающе волновали меня. Я привыкла их любить. Я не имею в виду, что они мои лучшие друзья, но они заставляли меня чувствовать смесь стыда и трепета».

Диане было интересно снимать людей, которые выглядят странно. Тех, кого общество признало аутсайдерами: людей с необычной внешностью, проституток, фриков, трансвеститов, карликов. Она стала искать их на улице, бродила по подворотням, даже заходила к ним в квартиры. «Если мне любопытен человек, – писала она, – я не могу подойти к нему и сказать: «Я хочу пойти к тебе домой, поговорить с тобой и послушать историю твоей жизни», – люди бы просто сказали, что я чокнулась. К тому же герои бы не открылись мне. Но камера своего рода пропуск».

Лизетт Модел, ее учитель, вспоминала: «Однажды она сказала мне, что хочет запечатлеть неподвижность на своих фотографиях. И она ставила людей перед камерой на улице или в их домах и позволяла им смотреть прямо на нее или в объектив, так, чтобы заставить поверить, будто это замороженная картинка. На самом же деле все было наоборот – на фото запечатлено ее влияние на них и их реакция на нее. И это делало снимок как бы спонтанным, даже если он был постановочным».

Манера съемки у Абрус тоже особенная. Она не снимала исподтишка, пока никто не видит. Наоборот, Диана желала, чтобы чувство напряжения на фото сохранялось, ждала, пока модель встанет в позу. Тем самым человек как бы сам выпячивал то, что в нем есть необычного, странного, уникального. Поэтому на большинстве фотографий герои смотрят в кадр.

Арбус снимала и обычных людей. Однако на ее фотографиях они все равно выглядели отчужденными, пугающе-привлекательными. Эту особенность можно заметить в самой популярной работе Арбус – Identical Twins («Идентичные близнецы»). Девочки на ней самые обычные, однако настораживает в фотографии именно их похожесть и взгляд, направленный в объектив. Считается, что этот образ Стенли Кубрик использовал в своем фильме «Сияние».

«Идентичные близнецы»

> КАЖДЫЙ ИМЕЕТ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ТОМ, КАК ОН ДОЛЖЕН ВЫГЛЯДЕТЬ, НО НА ПУБЛИКЕ ОН СОВСЕМ ДРУГОЙ. ЭТО НЕВЕРОЯТНО, ЧТО НАМ БЫЛИ ДАНЫ ОПРЕДЕЛЕННЫЕ СТРАННОСТИ, И МЫ НЕ ДОВОЛЬСТВУЕМСЯ ТЕМ, ЧТО НАМ ДАЛИ. МЫ СОЗДАЕМ СЕБЕ АБСОЛЮТНО ДРУГОЙ НАБОР КАЧЕСТВ. ЭТО ТО, ЧТО Я ВСЕГДА НАЗЫВАЛА ПРОПАСТЬЮ МЕЖДУ НАМЕРЕНИЕМ И РЕЗУЛЬТАТОМ.

«Мальчик с игрушечной гранатой» в центральном пакре Нью-Йорка

Снимки Арбус сосредоточены на несчастных и на жертвах. Несчастья героев не сиюминутны, они растянуты во времени, многие из них длятся с рождения. Фотографии Арбус не просят зрителя посочувствовать героям, огорчиться. Более того, модели не вызывают жалости или, наоборот, восхищения. Они с вызовом смотрят в объектив, не стесняясь себя. Сюзан Зонтаг в книге «О фотографии» так сказала о снимках: «Арбус делала фотографии с более простой целью: показать, что есть другой мир».

Все иллюстрации взяты из источника: https://yandex.ru/images

АННА
ВЛАСОВА

ФОТОЖИЗНЬ 70-Х 80-Х 90-Х ТРЕХ ДЕСЯТИЛЕТИЙ

«МЫ С ВАМИ ЖИВЕМ В ТАКОЙ ПЕРИОД, КОГДА АНАЛОГОВАЯ ФОТОГРАФИЯ ЗАВЕРШАЕТСЯ. УМИРАЮТ ТЕ ФОТОГРАФЫ, КОТОРЫЕ ЕЮ ЗАНИМАЛИСЬ. ОСТАЮТСЯ ТОЛЬКО ИХ АРХИВЫ, И ИХ НУЖНО ПРЕВРАЩАТЬ В МУЗЕЙНЫЙ ЭКСПОНАТ...». ПОД АККОМПАНЕМЕНТ СКРИПЯЩЕГО ДЕРЕВЯННОГО ПОЛА В ПРОСТОРНЫЙ ЗАЛ С ЛЕПНИНОЙ НА ПОТОЛКЕ ЕЩЕ ТЯНУТСЯ ОПОЗДАВШИЕ. БУДНИМ ВЕЧЕРОМ НА БОЛЬШОЙ МОРСКОЙ, 35 ОТКРЫВАЕТСЯ ЦИКЛ ИЗ ВОСЬМИ ЛЕКЦИЙ ПОД РУКОВОДСТВОМ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ФОТОГРАФИИ МУЗЕЯ РОСФОТО. ВАСИЛИЙ ГУСАК И ИГОРЬ ЛЕБЕДЕВ РАСКРЫВАЮТ ТЕМУ ГОРОДСКОЙ ФОТОЖИЗНИ 70-Х–90-Х ГОДОВ ПРОШЛОГО ВЕКА. НА ПОВЕСТКЕ ДНЯ: БУМ ФОТОЛЮБИТЕЛЬСТА И ФЕНОМЕН ФОТОКЛУБОВ, ЖАНРЫ, ТЕМЫ И СРЕДА ЛЕНИНГРАДСКОЙ ФОТОГРАФИИ.

На одной из полок в магазинчике «РОСФОТО» вижу книгу «Феномен Лили Брик». Долго разглядываю, а заглянуть не решаюсь. Кто знает, что там в этих ваших феноменах!

Лекция, на которую я пришла, тоже посвящается «феноменальности». Ленинградская фотография 70–90-х. Что за зверь? Да еще и лектор ставит вопрос загадочно, мол, а был ли мальчик? Был ли этот «феномен» ленинградской-петербургской фотографии? Сажусь настороженно где-то с краю, глазами ищу пути отступления, поздно... Занятие начинается. Дальше – как в тумане. И вот я уже судорожно бормочу себе под нос «По субботам Питер влияет на меня весьма импозантно и даже спонтабельно...» и креплю к стене работы Бориса Смелова. Как бы вдохновляюсь.

Конечно, велосипед фотохудожники последней трети XX века не изобрели. Но что-то в этом есть, точно вам говорю. Свобода? Смелость? Наивность? Наверное, все и сразу.

ЭНТУЗИАСТЫ И ФОТОКЛУБЫ

Свою вводную лекцию Василий Гусак начинает не «в лоб». Сначала куратор обращается к событиям предыдущего десятилетия, которое и подготовило появление феномена ленинградской фотографии. Фундамент этого периода – фотоклубы для фотолюбителей. «Рассадником» для таких собраний единомышленников становились Дома культуры. Первый фотоклуб был открыт в 1953 году и назывался незатейливо – «ВДК» (Выборгский Дом культуры). Многие знаковые фотографы следующих десятилетий пройдут школу руководителя этого объединения Германа Мутовкина. На собраниях ВДК коллеги по цеху обсуждали работы друг друга и указывали на достоинства и недостатки снимков. Практически сразу клуб стал центром, куда начали стекаться все фотографические силы Ленинграда. Что же снимали в шестидесятых? Рабочих, ударников труда, строителей БАНа, улыбающихся людей в касках на фоне арматур. Идеологическая основа общества ограничивала фотохудожников в творчестве, и они начали искать другие формы и возможности для самореализации, новые зоны для развития себя как фотографов.

Борис Булгаков «Гвардейская лезгинка», 1985

https://birdinflight.com

Другим местом встречи деятелей искусства светописи стали фотоклуб и фотосекция во Дворце пионеров и школьников имени А. А. Жданова (Невский проспект). Под руководством Бориса Ритова занимались будущие мэтры советской фотографии: Леонид Богданов, Борис Смелов, Валерий Плотников и даже нашедший себя впоследствии в режиссуре Алексей Учитель. Ученикам разрешалось снимать все что угодно. Ритов в большей степени влиял мировоззренчески, и Василий Гусак определяет это воздействие так: «Мозги поворачивались, мозги смотрели не только на эту непосредственную советскую действительность, а что-то еще улавливали помимо нее и в ней самой». Фотоклубы подготовили почву для появления «неофициальной культуры Ленинграда».

https://www.pinterest.ru/

60-Е ГОДЫ – ПИК ФОТОЛЮБИТЕЛЬСТВА. В СТРАНЕ ПРОДАНО ОКОЛО МИЛЛИОНА ФОТОАППАРАТОВ.

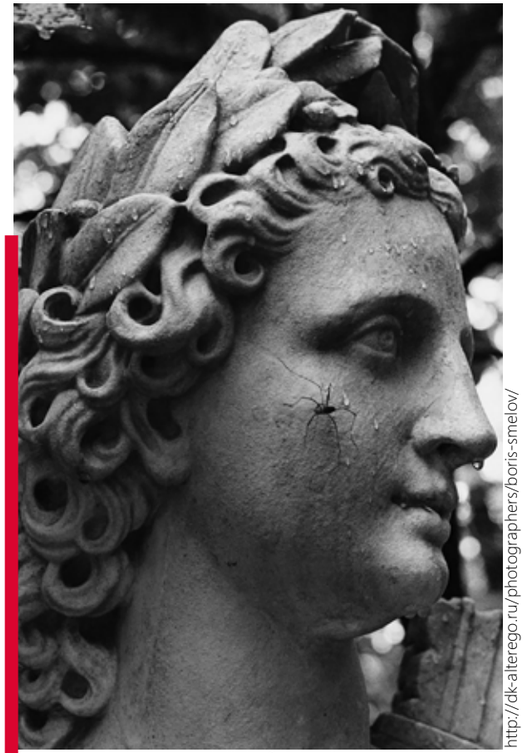
Борис Смелов «Сновидение II», 1970

Борис Смелов «Голубь», 1975

http://dk-alterego.ru/photographers/boris-smelov/

Борис Смелов «Натюрморт»

https://cameralabs.org



Борис Смелов «Аполлон с пауком», 1978

http://dk-alterego.ru/photographers/boris-smelov/

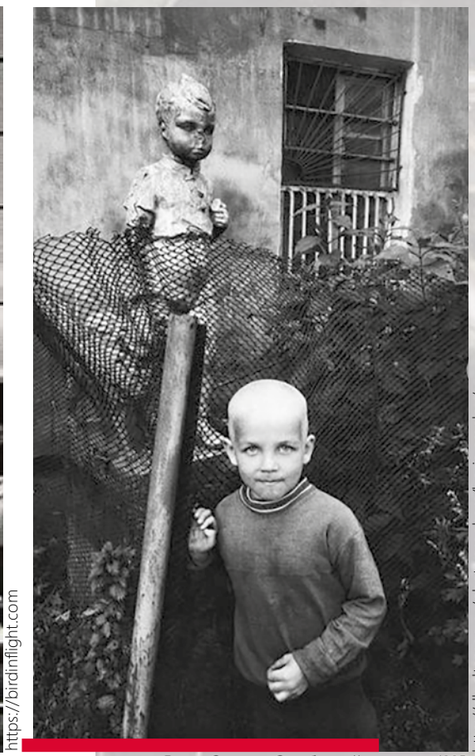
НА ВЫСТАВКЕ «ПОД ПАРАШЮТОМ» КУЗЬМИНСКИЙ ВОЗЛЕЖАЛ В ХАЛАТЕ НА ДИВАНЕ. ЭТО БЫЛА ЕГО ОСОБАЯ КУЛЬТУР-ТРЕГЕРСКАЯ ПОЗА, В КОТОРОЙ ОН ОБЩАЛСЯ ДАЖЕ С ПРЕССОЙ.

Владимир Никитин «В квартире Константина Кузьминского», 1970-е

http://artguide.com/posts/850?page=99

Александр Китаев «Среди авто», 1987–1988

https://birdinflight.com



Борис Смелов «Серебряный мальчик», 1995

http://dk-alterego.ru/photographers/boris-smelov/

ТЕМЫ И ТЕХНИКИ

В 60–70-е годы появляется новый тип личности, притягивающей к себе особым внешним магнетизмом. Это поколение людей «оттепели», шестидесятников. И фотографы становятся «зачарованными фиксаторами» жизни этих людей, их творчества, богемного существования. Позже, уже в 80-е, это станет особым направлением в фотоискусстве – фиксировать жизнь художественно-литературной среды города. Фотографы подпитывались от нее энергией.

Еще одна тема того периода – съемка «непарадного Петербурга» или закулисья Ленинградской жизни. Борис Смелов один из первых снимает серию о городе под названием «Петербург Достоевского». Пространство улиц и домов за Сенной площадью, за каналом Грибоедова в силу своей аутентичности обладает фотографичной аурой, и фотограф старается поймать эту атмосферу. Леонид Богданов в свою очередь снимает Летний сад, используя ракурсы, выхватывая отдельные скульптурные бюсты, как бы отъединяя их от всего остального. Фотограф не пугается косых композиций, которые и создают поэтичный и драматичный образ города. «Неклассическая съемка классического Петербурга», – говорит Василий Гусак.

Поэт и диссидент Константин Кузьминский живо интересовался этими фотографами, и в 1974 году он организовал выставку «Под парашютом» в своей квартире на Бульваре профсоюзов (Конногвардейский бульвар). Это была первая неофициальная выставка неофициальной фотографии, так называемый «ленинградский фотоандеграунд».

Борис Смелов «Пятнистые лилии», 1987

https://cameralabs.org

ХУЛИГАНЫ И АЛКОГОЛИКИ

В 70-е годы центром фотографической «тусовки» становится лавка Богданова на Большой Московской, 5. Завсегдатаями ее были Борис Смелов, Борис Кудряков, Валентин Самарин. Фотографы приходили в лавку проявлять снимки или воспользоваться редкой и продвинутой техникой.

http://rosphoto.org/partneram/traveling-exhibits/sovetskoe-foto-fotografii-iz-kollektsii-rosfoto/

Анатолий Медведников «Митинг», 1990-е

Флагманом ленинградской фотографии с середины 70-х годов становится фотоклуб «Зеркало» под руководством Евгения Раскопова. Через это объединение прошли Дмитрий Шнеерсон, Александр Китаев и мировая величина – Алексей Титаренко. Это было мощное и прогрессивное крыло фотохудожников, которые не хотели развиваться в русле репортажной фотографии.

В это же время продолжается сотрудничество художников и фотографов. Летом 1978 года живописец Тимур Новиков заселяется в заброшенную церковь на Старорусской улице и создает место, где одновременно живут и творят художники. Новиков устраивает там несанкционированную выставку, куда приезжает и фотограф Валентин Самарин.

> “ У БОГДАНОВА ОКАЗЫВАЛИСЬ САМЫЕ РАЗНЫЕ ЛЮДИ, И СЕЙЧАС, КОГДА ОБЩАЕШЬСЯ С КЕМ-ТО, ТО НЕРЕДКО УДИВЛЯЕШЬСЯ, ЧТО ЭТОТ ЧЕЛОВЕК ТОЖЕ БЫВАЛ В ЛАВКЕ. ОН ПЛОХО ПОМНИТ ОБСТАНОВКУ, ПЛОХО ПОМНИТ, О ЧЕМ ГОВОРИЛИ, ПОТОМУ ЧТО ТАМ НЕ ПЕРЕСТАВАЯ ПИЛИ ПОРТВЕЙН.

Алексей Цикаев «Струнино: «У цыган», 1980-е

https://birdinflight.com

БУНТ ИНДИВИДУАЛИСТОВ И ВЫХОД В СВЕТ

В 80-е годы Олег Бахарев создает объединение «Ленинград». Он проводит выставки художественной фотографии, чтобы показать городу серьезных авторов. Задумка провалилась. К этому десятилетию школа Ленинградской фотографии представляла из себя совокупность самостильных авторов, индивидуальностей, которые не могли вписываться в какие-то рамки, соответствовать единым требованиям. Этот опыт определил тенденцию размежевания среди фотографов, которая будет особенно заметна уже в 90-е. Показателен в этом отношении раскол в «Зеркале»: часть «питомцев» начинают выставляться самостоятельно, не ставя в известность своего руководителя Евгения Раскопова.

https://cameralabs

Борис Смелов «Любитель кислого», 1975

В 90-е годы начинает зарождаться концептуальное искусство. Фотографы этой эпохи – это новые фотографы, «несоветские люди». Они работают так, как не могли бы работать еще десятилетие назад. Наступает закат аналоговой фотографии, она уходит на второй план, появляется «цифра». Постепенно изменяются принципы существования фотографии и фотографов.

До этого десятилетия ленинградская фотография существовала абсолютно герметично, что не могло не сказаться на некоторой ограниченности тем и форм для самовыражения фотохудожников. Лишь с 90-х годов ленинградская и петербургская фотография начинает включаться в мировой контекст.

Предыдущий опыт фотолюбителей и энтузиастов подготавливает почву для появления художественной фотографии Петербурга. Темы, предложенные фотохудожниками 70-х–90-х годов, активно используются до сих пор. Особенно излюбленная – это образ непарадного Петербурга Достоевского. Дворы-колодцы Лиговского проспекта, Сенной площади и Васильевского острова привлекают внимание всех фотографов-профессионалов и новичков-любителей. Феномен ленинградской и петербуржской фотографии того периода не открыл для мира чего-то принципиально нового, но позволил фотохудожникам развиваться вопреки режиму. В конце концов, к середине 90-х годов фотография города вышла к новым берегам и оформилась в нечто абсолютно цельное и самобытное.

https://cameralabs

> “ О ТОМ, ЧТО ЕСТЬ КАРТЬЕ-БРЕССОН ИЛИ РОБЕРТ КАППА, МОЖНО БЫЛО СКУПО УЗНАТЬ ПО ЖУРНАЛАМ, ВЫПИСЫВАЕМЫМ ИЗ ЧЕХОСЛОВАКИИ.

Фотоклуб «Зеркало», 1990-е

АЛИСА
ГЛЕБОВА

Когда я пишу какой-то материал, мне нравится работать с людьми. Спрашивать их мнение, просить поделиться своим опытом или впечатлениями, заставить их раскрыть душу, попросив рассказать о чем-то личном, сокровенном. Только это и способно сделать материал по-настоящему искренним. Особенно когда пишешь про что-то такое, что близко тебе, и таким образом получаешь заряд энергии от приобщения к чему-то прекрасному.

В материале про пленку мне хотелось показать, насколько по-разному ее воспринимают люди. Лично для меня пленка – это счастье при просмотре снимков с только что проявленной пленки. Счастье от потерянных в памяти и забытых, но вновь обретенных моментов. Уникальная цветопередача пленки примешивает к этому чувству счастья и ощущение радостной ностальгии. Передать словами это невозможно. Лучше всего купить пленку, фотоаппарат и самому попробовать, что это такое. Это магия.

ПОЧЕМУ ТАК ПОПУЛЯРНА ПЛЕНКА?

НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ ФОТОГРАФИЯ ДОСТИГЛА НЕБЫВАЛОГО УРОВНЯ РАЗВИТИЯ. ОДНАКО ВМЕСТЕ С ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМИ ЦИФРОВЫМИ КАМЕРАМИ ПОЯВЛЯЕТСЯ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЛЮДЕЙ, СНИМАЮЩИХ НА ПЛЕНКУ. АНАЛОГОВАЯ ФОТОГРАФИЯ СЕГОДНЯ – ЭТО НЕ ПЕРЕЖИТОК ПРОШЛОГО, А НАСТОЯЩЕЕ ИСКУССТВО, ПОНЯТНОЕ НЕ КАЖДОМУ. ПОЧЕМУ ТАК ПОПУЛЯРНА ПЛЕНКА И В ЧЕМ ОНА УСТУПАЕТ ЦИФРЕ, МЫ УЗНАЛИ У ЦЕНИТЕЛЕЙ ПЛЕНОЧНОЙ ФОТОГРАФИИ.

МАРИЯ ПОПОВА
ПСИХОЛОГ

Считает, что современное увлечение пленочной фотографий – это стремление людей быть ближе к материальному.

– Сегодня все перекормлены доступностью и массовостью информации, и при этом люди перестают быть уникальными, так как в интернете полно фотографов, художников, поэтов и так далее. Опыт людей тоже схож, они сидят в социальных сетях и транслируют один и тот же контент, репостят его, в связи с чем очень мало оригинального, не приевшегося.

Поэтому так хочется сейчас оставить осязаемый след о себе самом, показать свой взгляд на мир нестандартными путями. Пленка – материальный осязаемый уникальный след о себе, который нельзя стереть одним кликом мыши. Это заявление личности о своей уникальности и значимости в эпоху массовой инстаграммной безликости.

Но вместе с тем это и попытка (иногда подсознательная) вернуться в прошлое (часто в воображаемое, то, где люди не жили), до того, как мир захлестнула волна информационного шума, в теплое ретро-время, где ценились моменты. И это, конечно, иллюзия.

Сейчас пленку боготворят, рассматривают со всех сторон. В девяностые это был просто единственный доступный способ запечатлеть себя и своих близких.

“ САМАЯ ОБЫЧНАЯ ПЛЕНКА, СОСТОЯЩАЯ ИЗ 36 КАДРОВ, СТОИТ РУБЛЕЙ 400-500, А ПРОЯВКА ОБХОДИТСЯ ПРИМЕРНО В 400 РУБЛЕЙ. В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОЛУЧАЕТСЯ, ЧТО ЗА НЕ СЛИШКОМ БОЛЬШОЕ КОЛИЧЕСТВО ФОТОГРАФИЙ ПЛАТИШЬ ОКОЛО 900 РУБЛЕЙ. С УЧЕТОМ ТОГО, ЧТО ДАЛЕКО НЕ ВСЕ КАДРЫ ОКАЖУТСЯ УДАЧНЫМИ.

Фото: Анастасия Красковская

Мне уютно, когда я фотографирую на пленку. Чувствую себя героиней не из этого времени

АНАСТАСИЯ КРАСКОВСКАЯ
ФОТОГРАФ-ЛЮБИТЕЛЬ

Уже больше двух лет фотографирует на пленку для себя. Считает, что пленка учит терпению, так как приходится бороться с желанием быстрее отснять и увидеть результат.

– Что для тебя значит пленка?
– В пленке мне нравятся цвета, нравится то, что забываешь, что было снято месяц назад. И когда отдают проявленную пленку, фотографии напоминают о важном для тебя событии и тебя окутывают теплые воспоминания. Еще радостнее становится от того, что удалось что-то снять (в плане правильно подобранных настроек). Особенно когда среди множества загубленных кадров получается один и становится негласным символом личной победы.

– Какие ощущения ты испытываешь, фотографируя на пленку?
– Ты никогда не знаешь наверняка, какой будет фотография. Я смотрю на некоторые фотографии и, понимая, что где-то сильный засвет, жалею, что не сделала такую же на телефон. Но все это вызывает ощущение волнения. У меня руки тряслись, когда я открывала папку с новыми фотографиями, боялась, что выйдет плохо. Но сейчас довольна тем, что получается. Пленка вдохновляет.

Фото: Анастасия Красковская

Фото: Константин Кадыченко

Фото: Константин Кадыченко

Пленка не позволяет просто бездумно щелкать и надеяться, что «пара фотографий получится»

Фото: Константин Кадыченко

В мире, где время – деньги, пленка является дорогим и непрактичным инструментом

КОНСТАНТИН КАДЫЧЕНКО
ФОТОГРАФ

Занимается профессиональной съемкой, снимает исключительно на пленку. Считает, что извечная истина «Все новое – хорошо забытое старое» применима и к нынешнему увлечению пленкой.

– Почему пленка сейчас набирает популярность?

– Уже давно никого не удивишь дигитальной камерой, а современные телефоны фотографируют почти одинаково хорошо. И люди, давно отвыкшие от пленки, начали к ней возвращаться. Кроме того, большое влияние на молодежь оказывают известные медийные личности.

– Где используется пленочная фотография?

– Сегодня пленка заняла относительно прочное место в коммерческой фотографии. Если посмотреть на фотосессии Vans и Dickies, выглядит весьма интересно. Так или иначе, пленка занимает определенную нишу, так как уступает по функционалу дигитальным камерам. Хотя я часто вижу фотографии каких-то торжественных мероприятий, куда приглашают пленочных фотографов, и те фотографируют в новом стиле.

– Какие основные недостатки ты видишь у пленки?

– Главный недостаток пленки заложен в самом процессе, в том, что невозможно незамедлительно посмотреть на только что сделанную фотографию. К этому же относится и время, затрачиваемое на то, чтобы сделать снимок. Это является большим недостатком в работе, к примеру, в сфере свадебной фотографии.

– Есть ли достоинства у пленочной фотографии?

– Из достоинств я бы выделил тот факт, что пленка реально ускоряет процесс совершенствования навыков, так как фотограф должен брать во внимание свет, композициют и еще много чего, а не просто бездумно щелкать и надеяться, что «ну, пара фотографий получится».

– Пленка – это искусство, понятное не каждому?

– На сегодняшний день пленка, действительно, инструмент не для всех. Мне кажется, еще какое-то время ее популярность будет расти. Причем еще стремительнее, чем это происходило до сегодняшнего дня. Однако после этого, скорее всего, все начнут забывать о ней из-за непрактичности. Но я уверен, что из тысяч людей, которые были вовлечены в эту модную тенденцию, останется какой-то небольшой процент фотографов, которые увлекутся пленкой более серьезно, что сохранит за ней место среди других типов фотографии.

Фото: Константин Кадыченко

ДАРЬЯ
ИВАНОВА

Бывают такие темы, которые буквально «преследуют» тебя. Сначала случайно заговоришь с друзьями или, переключая каналы, наткнешься на передачу. Потом реклама в Instagram, посты блогеров, сториз твоих собственных друзей об этом же, и вот уже ты в четыре часа утра гуглишь: «курсы кройки и шитья из мешковины». Примерно так произошло у меня с темой экологии и контроля потребления. Жизнь упорно тыкала меня носом в теорию о пользе, экологичности и органической чистоте окружающих вещей. Не сказать, что я сдала позиции и резко «позеленела», но интерес, провоцируемый этими вездесущими маячками, вырос. Отсюда – посещение фестиваля «Big Resale Weekend» и этот репортаж. Экология не самая плохая тема, чтобы маячить на горизонте человеческого кругозора.

HUNGRY WASTE PEOPLE

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ГРЕХОВ

В РАМКАХ ФЕСТИВАЛЯ BIG RESALE WEEKEND, КОТОРЫЙ ПРОШЕЛ 27–28 ОКТЯБРЯ В ПРОСТРАНСТВЕ «ПОРТ СЕВКАБЕЛЬ», БЫЛ ПРЕДСТАВЛЕН ПРЕТЕНЦИОЗНЫЙ ФОТОПРОЕКТ HUNGRY WASTE PEOPLE. АВТОРЫ ПРОЕКТА КСЕНИЯ ДУБЯГО И ОЛЕСЯ БЕСПАЛОВА ПОПЫТАЛИСЬ ЭСТЕТИЧНО РАССКАЗАТЬ, ЧЕМ ГРОЗИТ ПРОЦВЕТАНИЕ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ.

Фото: Данил Ярощук для проекта "Hungry Waste People"

BIG RESALE WEEKEND – первый петербургский фестиваль, который пропагандирует осознанное потребление в сфере моды. В еще не обжитом пространстве «Порт Севкабель» разместились секонд-хэнды, магазинчики с винтажными вещами и лекторий, в котором вещали об истории моды. В пестрое разнообразие органично вписалась инсталляция Hungry waste people. Уже на входе в основную локацию фестиваля на посетителей с фотографии печально взирал из под слоев пленки и пищевых отходов глаз – метафора лавинообразного увеличения органических отходов, которое возникает из-за покупки большего количества еды, чем человек в силах потребить. С другой стороны от входа девушка, которую со всех фронтов атакуют органические продукты. Идея этой фотографии – безосновательное использование производителями маркировок вроде organic, healthy и прочих «волшебных» слов, на которые так легко ведется покупатель.

> В ИНТЕРНЕТЕ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО ЖУТКИХ ФОТОГРАФИЙ НА ТЕМУ ЭКОЛОГИИ, ПОСЛЕ ПРОСМОТРА КОТОРЫХ ЧЕЛОВЕК ДУМАЕТ, ЧТО МЫ ВСЕ НА ПОРОГЕ КАТАСТРОФЫ, И НИЧЕГО УЖЕ НЕ СПАСТИ. МЫ ЖЕ ХОТЕЛИ ПОКАЗАТЬ ЭТИ ПРОБЛЕМЫ ТАК, ЧТОБЫ ЛЮДЯМ ХОТЕЛОСЬ СМОТРЕТЬ НА СНИМКИ, РАЗГЛЯДЫВАТЬ ИХ.

Смертные грехи человеческого потребления показаны очень живо. Видишь перед собой красивых людей, журнальную картинку с добротной обработкой и студийным светом, но цепляешься взглядом за бутылки с грязной водой или десять слоев одежды на худенькой модели. Фотографии хочется рассмотреть, прочесть описания, которые даны к каждой из них, – а там недалеко

Фото: Дарья Иванова

и всерьез задуматься: не начать ли сортировать мусор? нужна ли десятая розовая кофточка, но с модной в этом сезоне бахромой? Правда ли овсяное молоко, которое хватаешь с полки уже по привычке, такое уж полезное?

Людей, которые живут в мегаполисах, полезно иногда тыкать носом в то, на что они упорно не обращают внимания. Да, в Петербурге и Москве нет возможности воочию наблюдать, куда исчезают (и исчезают ли?) кучи мусора, появляющиеся из-за наплевательского отношения к экологии. Многие не задумываются, что мы пьем ту же воду, которая по всему миру превращается в помойное месиво, дышим тем воздухом, в котором остаются пары вредных веществ и газы, выделяемые мусорными полигонами. А создатели проекта Hungry waste people буквально разжевали для нас, дурачков, все это, сдобрили красивыми метафорами, хорошим визуальным исполнением и положили в наши широко разинутые рты.

МИКРОПЛАСТИК В ВОДЕ

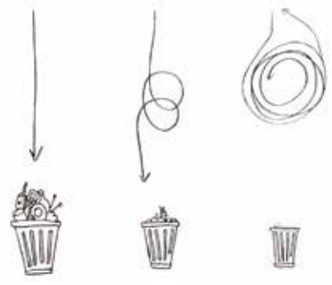
Наше здоровье и красота напрямую зависит от качества воды, которую мы пьем, которой моемся. Но ежегодно из-за наших же косметических и гигиенических средств в одно только Балтийское море попадает 40 тонн микропластика, то есть, гранул, не поддающихся фильтрации. В руках у привлекательных, ухоженных девушек бутылки с жуткой водой. Долговечна ли их красота?

МУСОР

Когда мы выкидываем мусор – чище становится только в нашей собственной квартире. И это проблемы не страны, а лично каждого. И любой человек может принять участие в их решении: сортировать отходы и отдавать на переработку лампочки, батарейки.

ОДНОРАЗОВЫЕ СТАКАНЧИКИ

Кофейни на каждом шагу – настоящий культ кофе вокруг нас. И чтобы обеспечить каждую из них одноразовой посудой, вырубаются тысячи деревьев. А еще каждый стаканчик изнутри покрыт тонким слоем пластика, который разлагается дольше бумаги лет эдак на сто. Может стоит пить любимый кофе из своей любимой термокружки?



FAST FASHION

«Фи, это что из старой коллекции?!» – фраза-кошмар для всякой модницы. Но есть ли действительная необходимость в новых вещах? Не надеваем же мы, как девушка на фото, пять пуховиков сразу. Производители крутят нами с помощью трендов и снижения цены на вещи в счет синтетического сырья и вредного для экологии производства.

Два дня – определенно мало для того, чтобы все желающие успели узнать о выставке и посетить ее. Фотографии, конечно, можно найти и в интернете, но в общем антураже фестиваля они выглядят иначе. Ведь можно посмотреть, задуматься или вдохновиться и сразу же начать делать – отдать вещи на вторичную распродажу, пожертвовать деньги для благотворительного магазина, узнать, как сортировать мусор и в каких кофейнях делают скидки посетителям со своими стаканчиками.

СОФЬЯ
ХУТИНАЕВА

Если бы у меня спросили: можно ли сделать фото через отверстие диаметром с головку булавки? Я бы точно ответила – нет. Но оказывается, можно (ох, не зря физика и законы природы всегда казались мне чем-то фантастическим)! И если разобраться, то суть такого необычного метода съемки, как пинхол, очень проста. А если еще и приложить к этому собственные усилия, подойти творчески и своими руками сделать пинхольный объектив, то удовольствие от полученного кадра умножится в несколько раз.

ФОТО В ТОЧКУ

ПИНХОЛ-ФОТОГРАФИЯ – ЭТО СЪЕМКА БЕЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЛИНЗЫ И ОБЪЕКТИВА. ИХ ЗАМЕНЯЕТ МАЛЕНЬКОЕ ОТВЕРСТИЕ РАЗМЕРОМ С БУЛАВОЧНУЮ ГОЛОВКУ («PINHOLE» С АНГЛ. – «КРОШЕЧНОЕ ОТВЕРСТИЕ»). ЗА СЧЕТ ТАКИХ ПАРАМЕТРОВ СОЗДАЕТСЯ ОЧЕНЬ БОЛЬШАЯ ГЛУБИНА РЕЗКОСТИ ИЗОБРАЖЕНИЯ, ЧТО ДЕЛАЕТ ФОТОГРАФИЮ НЕОБЫЧНОЙ И ХУДОЖЕСТВЕННОЙ.

Фото с пинхол-эффектом

Как это работает?

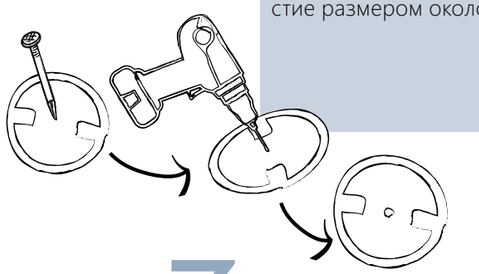
Свет, отраженный от предмета съемки, проходит через крохотную щель, и перевернутый рисунок проецируется на чувствительный к свету носитель. Резкость полученного рисунка зависит от размера щели – чем она меньше, тем лучше резкость. Но если щель, через которую проходит свет, слишком мала, то световые лучи могут огибать ее. Тогда изображение становится нерезким.

ВАМ ПОНАДОБИТСЯ:
КРЫШКА КОРПУСА, КОТОРАЯ ПОДХОДИТ ВАШЕЙ КАМЕРЕ, ЖЕСТЯНАЯ БАНКА, СИЛИКОНОВЫЙ КЛЕЙ, МАТОВАЯ ЧЕРНАЯ КРАСКА И БОЛЬШОЙ ЧЕРНЫЙ МАРКЕР, БОЛЬШАЯ ШВЕЙНАЯ ИГЛА, СВЕРЛО ДИАМЕТРОМ ОКОЛО 0,5 СМ, ДРЕЛЬ, ПРОЧНЫЕ НОЖНИЦЫ И НОЖНИЦЫ ДЛЯ БУМАГИ, ЗУБОЧИСТКА, НАЖДАЧНАЯ БУМАГА С ЗЕРНОМ 600–800, КЕРНЕР ИЛИ ГВОЗДЬ, СКОТЧ.

1

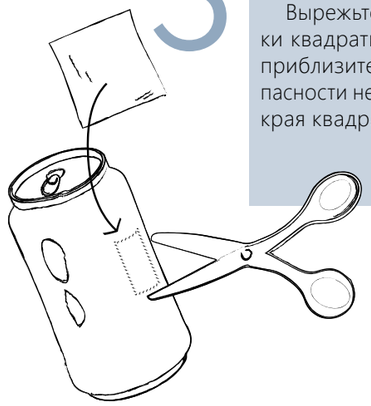
Найдите центр крышки корпуса и сделайте на ней отметку при помощи кернера, гвоздя или другого острого инструмента.

2



Просверлите в отметке отверстие размером около 6 мм.

3

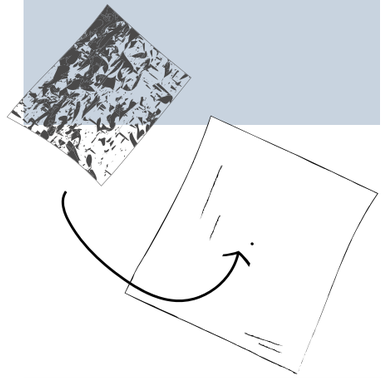


Вырежьте из алюминиевой банки квадратный кусочек размером приблизительно 2x2 см. Для безопасности немного скруглите острые края квадрата.

4

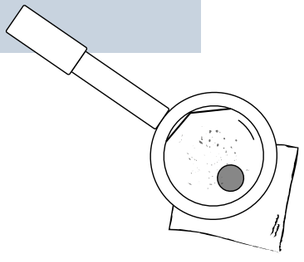
Возьмите толстую острую иглу и медленно вращающими движениями с небольшим давлением сделайте углубление в центре алюминиевой заготовки. Углубление должно быть едва видимым с обратной стороны поверхности. Не давите иглой, чтобы она прошла сквозь отверстие.

5



Возьмите наждачную бумагу с зернистостью 600–800 или мельче и бережно отшлифуйте углубление, чтобы оно было на одном уровне с алюминиевой поверхностью

6



После шлифовки углубления должно появиться маленькое отверстие. Теперь необходимо сгладить его края с обеих сторон. Для этого снова примените иглу. Размер получившегося отверстия должен быть близок к диаметру 0.3 мм.

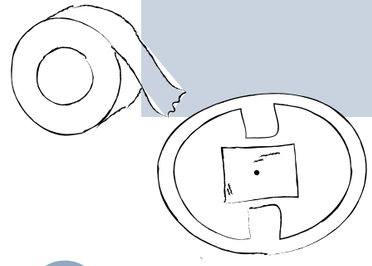
После того, как вы сделали отверстие правильного размера, очистите алюминиевую заготовку спиртом и продуйте отверстие. Это важно, поскольку остатки пыли могут вызвать искажения изображения или, что еще хуже, попасть на сенсор камеры.

7

Нанесите клей на алюминиевую заготовку с помощью зубочистки. Следите, чтобы клей не попал близко к отверстию. Используйте силиконовый клей – если вам понадобится, вы сможете легко удалить его и пинхол-заготовку с крышки корпуса.

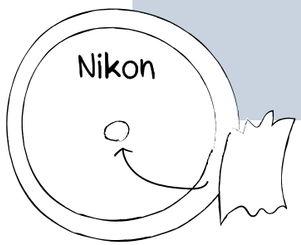
Осторожно разместите алюминиевую заготовку по центру задней стороны крышки корпуса. Следите, чтобы пинхол совпадал с просверленным в крышке отверстием.

8



Приклейте скотчем алюминиевую заготовку до высыхания клея. После высыхания клея осторожно удалите скотч с крышки.

9

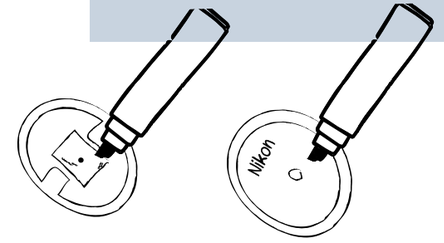


Вырежьте маленький кусочек скотча и заклейте пинхол сверху (на внешней стороне крышки).

10

Заклейте крышку скотчем, оставив алюминиевую поверхность незащищенной, и распылите черную краску на алюминиевый квадратик. Это позволит значительно улучшить качество изображения.

11



Удалите маленький кусочек скотча, которым был заклеен пинхол. С помощь маркера аккуратно прокрасьте отверстие с обеих сторон.

12

Полностью удалите скотч и окончательно очистите крышку. Присоедините крышку к корпусу камеры.

Ваша пинхольная камера готова! Осталось разобраться с настройками фотоаппарата. Вот несколько советов:

Установите камеру в ручной режим и задайте величину выдержки 2 секунды. Сделайте фотографию. Посмотрите на гистограмму. Если график показывает, что снимок переэкспонирован или недоэкспонирован, настройте выдержку, чтобы скомпенсировать ситуацию.

Используйте штатив или установите камеру на устойчивую поверхность, чтобы избежать «шевеленки».

Использование высоких значений ISO позволит выставить более короткое значение выдержки.

ВЕБ-ДИЗАЙН

ПОЛИНА
ХУТИНАЕВА

Говорить о digital-агентстве, касаясь только дизайна, невозможно. Да, дизайн – это скелет креативного агентства, без которого оно не сможет крепко стоять на ногах, а уж тем более идти к вершине. Но так как сам по себе скелет тоже существовать не может, к нему прирастают маркетинг, особенности ведения бизнеса, PR, IT, продажи, управление, работа с клиентами и еще множество разных нюансов. История CreativePeople показывает, как, имея на старте один скелет, можно сформировать успешное агентство полного цикла и достичь отличных высот. Читайте и вдохновляйтесь!

CREATIVE PEOPLE: ОТ БЕЛОЧКИ К ЕДИНОРОГУ

ЕСЛИ КОГДА-НИБУДЬ ВЫ ВСТРЕЧАЛИ ФОТОГРАФИЮ БОРОДАТОГО МУЖЧИНЫ С БЕЛОЧКОЙ В РУКЕ, ТО ОТЧАСТИ ВЫ УЖЕ ЗНАКОМЫ С CREATIVEPEOPLE. ЕСЛИ НЕТ, ПРЕДСТАВЛЯЕМ: КРЕАТИВНОЕ DIGITAL-АГЕНТСТВО CREATIVEPEOPLE ЗАНИМАЕТСЯ ЭКСПЕРТИЗОЙ И СОЗДАНИЕМ САЙТОВ, DIGITAL-КОММУНИКАЦИЙ И БРЕНДИНГА.

Возможно, вам показалось, что в первых двух предложениях слишком много слова «креатив». Но, поверьте, здесь все оправданно, ведь в этом вопросе у ребят есть чему поучиться. Сегодня различные рейтинговые агентства ставят CreativePeople в лидирующие позиции среди компаний, занимающихся дизайном, рекламой и веб-разработкой. Ребята имеют более 135 наград, среди которых Webby, Awwwards, CSS Design Awards, ADCR.

START UP НУЛЕВЫХ

История такого успеха началась еще в 2005 году и, как это обычно бывает, вовсе не с успеха. Тогда 4 студента, среди которых нынешние совладельцы Александр Ковальский, Сергей Прокофьев и Сергей Калюжный, решили провернуть авантюру и создать свое дизайнерское агентство, чтобы привлечь клиента, который хотел поменять разработчика. Но клиент решил остаться со старым подрядчиком, а ребята продолжили «дизайнерить» в своем офисе и искать новых заказчиков. Причем искать в прямом смысле слова: они писали на почту компаниям, предлагая свои услуги, и убеждали их в том, что свой сайт – это круто и перспективно. Они брались за любую работу, каждый проект был настоящим испытанием, в котором прокачивались навыки и набирался бесценный опыт.

http://winallos.com/tags/creative+people

Бородач с белочкой — первый символ Creative People

Личный архив CreativePeople

Команда CreativePeople

Личный архив CreativePeople

CreativePeople в творческом процессе

ПЕРЕЗАГРУЗКА

Долго молодые и скромные дизайнеры не решались выкладывать свое портфолио в сеть. Это тормозило развитие и не давало выйти на новый уровень. И только в 2008 году у агентства появился сайт с большой фотореалистичной иллюстрацией и анимированной навигацией. Для того времени этого было больше чем достаточно, и скоро сайт попал в рейтинговые подборки зарубежных ресурсов как «лучший сайт агентства», «лучший сайт-портфолио» и «лучший одностраничник».

Второй перезапуск произошел через год. Тут-то и появился тот самый бородач с белочкой в руке. Эта иллюстрация произвела настоящих фурор: CreativePeople вошли в TOP99 Creative Agency Awards и были размещены на первой странице книги, которая до сих пор продается по всему миру. А в 2010 году авторитетное издательство Design Index включило несколько работ агентства в ежегодный сборник лучших web-сайтов мира и разместило на обложке уже знаменитую иллюстрацию.

https://cpeople.ru/portfolio

Лендинг на Tilda для сериала «Рассказ служанки»

https://cpeople.ru/portfolio

Лендинг на Tilda для проекта «Тотальный диктант»

Лендинги для «Тотального диктанта», сериалов «Двойник», «Падение орденов» и «Рассказ служанки» доказывают, что сделать круто можно даже с минимальными возможностями. Эти проекты выполнены в известной всем Tilde.

~~НА КОНЕ~~ ЕДИНОРОГЕ

Сейчас CreativePeople уже совсем не та скромная команда фрилансеров, а настоящая digital-компания с двумя подразделениями, штатом в 60 креативнейших сотрудников, огромным портфолио и многолетним опытом. К тому же они изменили визуальную часть своего образа. Теперь бородатый мужчина уже не с белочкой в руке, а верхом на единороге!

Среди клиентов агентства: Canon, Мегафон, Газпромбанк, банк Тинкофф, YOTA. В портфолио CreativePeople лежит более 500 совершенно разных проектов: сайты, рекламные иллюстрации, социальные сети, интерактивные игры, стикеры, мобильные сервисы. Все проекты совершенно разные и по-своему оригинальные.

Вы заходите на сайт для поиска работы, а у работодателя, вместо сухого и скучного: «условия, требования...», – интерактивная игра! Рутинный процесс поиска работы скрашивается, и такого работодателя точно не забудешь.

На сайте агентства огромное количество работ. Загляните туда, там есть чем вдохновиться. И после знакомства с CreativePeople вы точно поймете, что главный секрет успешного креативного агентства – качественный и ответственно сделанный продукт.

https://cpeople.ru/portfolio

HR-лендинг международного интернет-холдинга

https://cpeople.ru/portfolio

Бренды, разработанные CreativePeople

https://cpeople.ru/portfolio

Интерактивная игра внутри HR лендинга

https://cpeople.ru/portfolio

Сервисы из портфолио CreativePeople

«ХОРОШИЙ ХУДОЖНИК – ЧЕЛОВЕК, КОТОРЫЙ СЕБЕ НЕ ВРЕТ»

АЛЕНА ШАМШУРА

О своем персонаже до написания текста я, если честно, ничего не знала. Да и в целом, его область деятельности для меня пока еще совсем в новинку. Но Олег Пащенко оказался определенно очень интересным. Для меня все еще не ясно, как глубоко верующий, удивительно открытый и добрый человек, может создавать такое мрачное искусство, ведь душа (если она существует) и творчество неразрывно связаны и отражают друг друга. В том, что делает Олег Пащенко, определенно есть вкус. Работы, которые он создавал еще много лет назад, и сегодня выглядят актуально. Думаю, этим мало кто может похвастаться.

ОЛЕГ ПАЩЕНКО – РОССИЙСКИЙ ВЕБ-ДИЗАЙНЕР, ХУДОЖНИК И ИЛЛЮСТРАТОР. ОН ПОЛУЧИЛ МНОЖЕСТВО ПРЕМИЙ В ОБЛАСТИ МУЛЬТИМЕДИА И РЕКЛАМЫ, А ТАКЖЕ АКТИВНО ЗАНИМАЛСЯ ПОЭЗИЕЙ И ПРОЗОЙ.

Круг интересов Олега Пащенко весьма широкий: он окончил факультет вычислительной математики и кибернетики МГУ, затем увлекся юнговской аналитической психологией и гностицизмом. Сегодня его знают как успешного веб-дизайнера и медиа-художника.

Изобразительному искусству Пащенко никогда не учился систематически. На его творческий путь не оказывали влияния учителя и наставники. По словам веб-дизайнера, на него влияют только любимые люди и опыт собственных ошибок.

С 1999 по 2010 год Пащенко являлся арт-директором в студии Артемия Лебедева, там он занимался веб-дизайном, анимацией. В это время Пащенко начал получать первое признание: получил международное звание «Macromedia Site Of the Day», звание человека года сайта «Рамблер» и награду на фестивале «Каннские львы». Награду дизайнер получил за сайт Conclave Obscurum. Если вы откроете его, то у вас еще долго не появится желание закрыть страницу, настолько он не похож на то, что мы привыкли видеть, заходя на сайты. Там есть таймер, и, если выждать пока он отсчитает, можно увидеть, как на странице случится... что-то. Диковинные существа, которые «живут» на сайте – определенно что-то новаторское, что-то, что мог придумать только Олег Пащенко. В какой-то степени Conclave Obscurum больше похож на игру, нежели на сайт, ведь вы можете перемещать элементы, наблюдать за непонятными существами. Немаловажно то, что все это выглядит очень эстетично. Кстати, не забудьте включить звук, если решите заглянуть на сайт, он соответствует общей атмосфере (неоднозначной, мрачной, но все же притягательной). Казалось бы, разве сайт может быть искусством? Если такой, то однозначно может!

http://humanimalien.ru/

Krusovice

http://humanimalien.ru/

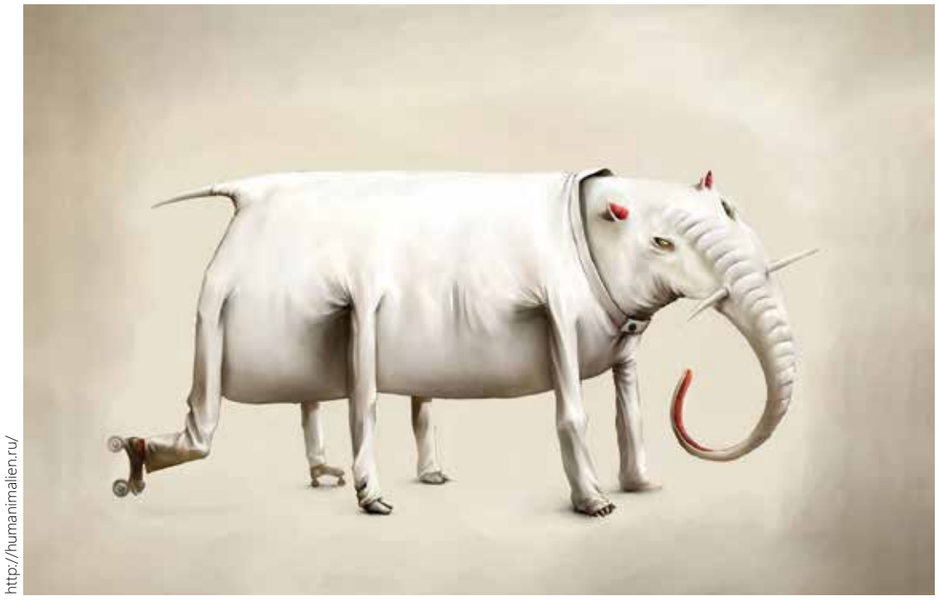
Corona Smaragdina

http://humanimalien.ru/

All you need is love

Творчество Олега Пащенко довольно мрачное. В 2008 году он пришел к православию, что оказало влияние на его деятельность. В недавнем интервью дизайнер поделился тем, что имеет к себе «сильные нравственные претензии», ведь до 2008 года он активно использовал образ чертей в своем творчестве. Сейчас то, что он делает, все еще остается мрачным, но «под другим углом». Религия, по словам Пащенко, играет в его жизни немалую роль: «Она помогает увидеть, как люди между собой рифмуются, вступают в отношения христианской любви. Мир – стихотворение, из людей составленное, а автор этого стихотворения – Бог».

Художник не раз связывал тему творчества с религией, например, так звучит одна из его самых популярных цитат: «Художество – это естественная функция каждого человека, так как человек сотворен по образу и подобию Художника». Поэтому, по мнению Пащенко, любой человек может заниматься творчеством.



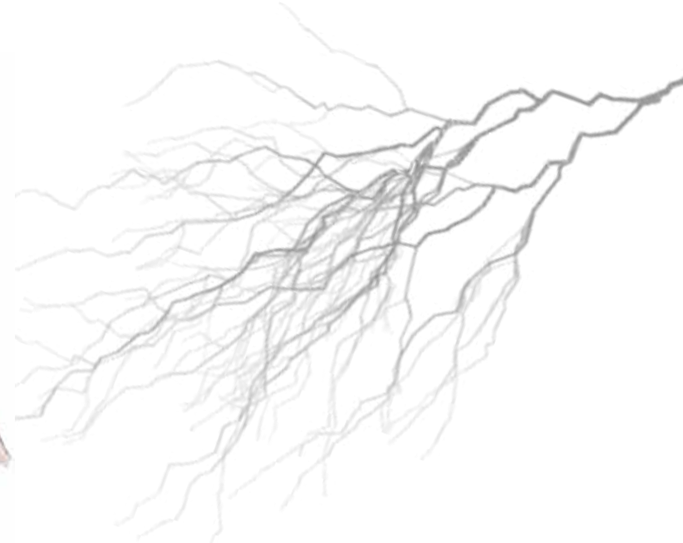
http://humanimalien.ru/

День

http://humanimalien.ru/

Башня из слоновой кости

После ухода из студии Артемия Лебедева Пащенко начал заниматься преподаванием. Сначала в Британской высшей школе дизайна, затем в школе дизайна НИУ ВШЭ – его интересует непосредственная связь с аудиторией. Преподаватель из Пащенко совсем не строгий, напротив, бывает сложно сказать студенту, что таланта у него нет. Но, по словам дизайнера, Бог все реже и реже посылает ему таких студентов.



Творчества в его жизни и правда немало. Помимо изобразительного искусства дизайнер занимался литературой: участвовал в фестивалях малой прозы и молодой поэзии, публиковался в альманахах, написал несколько сборников.

http://humanimalien.ru/

Как страшно нежить

СОФЬЯ
АЛЕКСЕЕВА

Для меня слово «иконка», наверное, как и для многих, ассоциируется со значком, который при нажатии открывает нужные тебе файл, программу или вкладку. Но вы никогда не задумывались, насколько этот значок необходим? Просто представьте, что вместо привычных вам иконок «Корзина», «Настройки», «E-mail» останутся только надписи. Сложно, правда? А если и получилось, то, скорее всего, вырисовывается весьма скучная картина: мало того, что однообразный текст убивает все восприятие, но и экран начинает противно рябеть в глазах.

Именно поэтому иконка была и остается обязательным атрибутом в веб-дизайне. Она стояла у основания графического интерфейса, прошла с ним этот извилистый путь преображений и продолжает развиваться до сих пор. История веб-иконки – это не просто череда изменений значков на наших экранах. Это история эволюции всего веб-дизайна.

ГРАФИЧЕСКИЙ ИНТЕРФЕЙС СОВРЕМЕННЫХ КОМПЬЮТЕРОВ И СМАРТФОНОВ ПРОШЕЛ ДОЛГИЙ И ТЕРНИСТЫЙ ПУТЬ, ПРЕЖДЕ ЧЕМ СТАЛ ТАКИМ, КАКИМ МЫ ЕГО ВИДИМ СЕГОДНЯ. КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ В ЕГО ПРЕОБРАЖЕНИИ СЫГРАЛИ ИКОНКИ, БЕЗ КОТОРЫХ ТЕПЕРЬ НЕВОЗМОЖНО ПРЕДСТАВИТЬ ЭКРАНЫ НАШИХ ДЕВАЙСОВ. ЧТОБЫ СДЕЛАТЬ ИКОНКИ НЕ ТОЛЬКО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ, НО И ПОНЯТНЫМИ ОБЫВАТЕЛЮ, ДИЗАЙНЕРАМ ПОТРЕБОВАЛИСЬ ГОДЫ УПОРНОЙ РАБОТЫ.

ВМЕСТО ТЫСЯЧИ СЛОВ

Иконки Macintosh, 1984.
Автор Сьюзен Кэр

https://www.pinterest.ru

ПИКСЕЛЬНЫЕ ПЕРВОПРОХОДЦЫ

Впервые графический интерфейс был использован спустя десятилетия после изобретения компьютера – лишь в 1981 году на экране вычислительной машины Xerox Star появляются первые иконки. Математиком Дэвидом Смитом и художником Нормом Коксом была создана квадратная сетка, в которой располагались простые пиксельные иконки. Они были черно-белые и плоские, но это не мешало им выполнять свою главную функцию – визуализировать метафору. Некоторые из них (например, «корзина») сохранили свое значение вплоть до наших дней.

Несмотря на ограниченные технические возможности, каждая компания пыталась выделиться по-своему. Середина 80-х обозначилась сразу несколькими нововведениями в дизайне иконок. Во-первых, зародилась тенденция к изометрии – в компьютерах Atari появились первые объемные иконки и рабочий стол теперь не казался таким плоским. Во-вторых, появился цвет. Нет, целых 4 цвета! Помимо такого цветового разнообразия, в компьютерах Amiga пользователь также мог настроить размер иконок. В-третьих, в GEOS поместили иконки в рамки, создав иллюзию порядка на рабочем столе, и предложили свое альтернативное цветовое решение – раскрасить контуры иконок.

Переломным моментом стал 1989 год, когда Стив Джобс создал компанию NeXT и компьютер NeXTSTEP. Иконки, помимо объема, обрели тени и подробную детализацию, что сделало их очень реалистичными. Эти новаторские идеи послужили «следующим шагом» к началу новой эпохи в дизайне иконок.

НА ПУТИ К РЕАЛИЗМУ

Компания Microsoft в начале 90-х догнала своих коллег в продвинутости графического интерфейса и начала шагать в ногу с Apple. В основном благодаря тому, что Билл Гейтс нанял для разработки иконок Сьюзен Кэр – она была независимым дизайнером и работала одновременно с несколькими крупными компаниями. У иконок Windows появилась сетка, они стали трехмерными и выполнялись в 16 цветах. В результате добавления иконкам плавных серых переходов и мягких цветовых акцентов палитра обеих операционных систем стала более спокойной.

Своей дорогой решила пойти компания IBM и в 1993 году в своей GEOS выделила контур иконок насыщенным синим. Эффект от сочетания цветов оказался необычным, но из-за того, что выделены были только некоторые иконки, у графического интерфейса отсутствовал единый стиль.

Точный курс на реализм был взят компанией Be Inc. В 1997 году в ее операционной системе BeOS заметны новаторские тенденции: иконки ставились под углом, у них появились блики, светотень и цветовая градация.

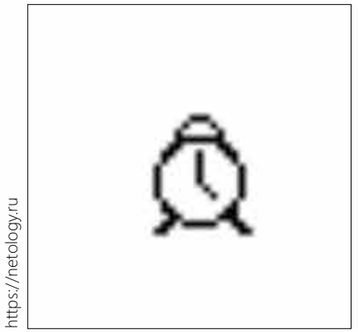
Спустя год еще один тренд открыла IRIX. Несмотря на свою чрезмерную зернистость, это были не только первые векторные иконки, но они также первыми стали «висеть в воздухе».

К концу 90-х Apple старается минимизировать обводку иконок, а Amiga удается избавится от нее насовсем. Кроме того, к цвету, детализации, изометриии и светотеням добавляется еще одно свойство – перспектива. Иконка становится крайне реалистичной.

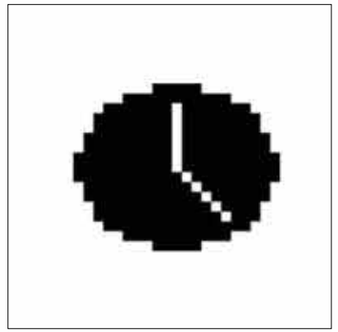
http://www.masuseki.com

Иконки BeOS,1997.

https://netology.ru



1985 – Mac 1.1



1988 – Apple OS

1994 – Windows NT 4

2007 - Windows Vista

2016 - Windows 10

2017 - IOS 10

https://cydia.vn/

Вплоть до 6 версии интерфейс операционной системы IOS был исполнен в стиле скевоморфизма

БОЛЬШЕ – ЛУЧШЕ

Иконки в новом тысячелетии продолжали набирать реалистические обороты. С выходом Windows XP и интерфейса Aqua в Mac OS размер иконок увеличился, цвета стали ярче, изображения многослойнее, поверхность прозрачнее. Казалось бы, куда еще реальнее?

Своего пика реализма иконка достигла во второй половине 2000-х. Технические возможности того времени позволили делать графический интерфейс на более высоком уровне. С выходом Windows Vista в 2007 году иконка стала еще больше, ярче и прозрачнее. Вернее, она стала огромной, роскошной и сияющей! Этот период в истории иконографики можно назвать «стилем барокко».

Начало века также стало расцветом интернет-эпохи. Поэтому виртуальный мир все тщательнее копировал образы мира реального. Иконка перестала быть просто символом, она стала «как настоящая». Тенденцией максимальной реалистичности дизайна иконки стал скевоморфизм – имитация внешнего вида, формы, материала и свойств предмета. Так, в 2007 году появился первый IPhone с операционной системой IOS, дизайн которой полностью подражает реальным объектам. Он не только позволял носить с собой целый мир в картинках, но и его функционал был предельно понятен пользователю. Через год по горячим следам был создан Android с аналогичным интерфейсом.

Последним крупным проектом в духе реализма стала Windows 7 в 2009 году – на глянцевых компьютерных мониторах с высоким разрешением появились гигантские блестящие иконки с мельчайшей детализацией.

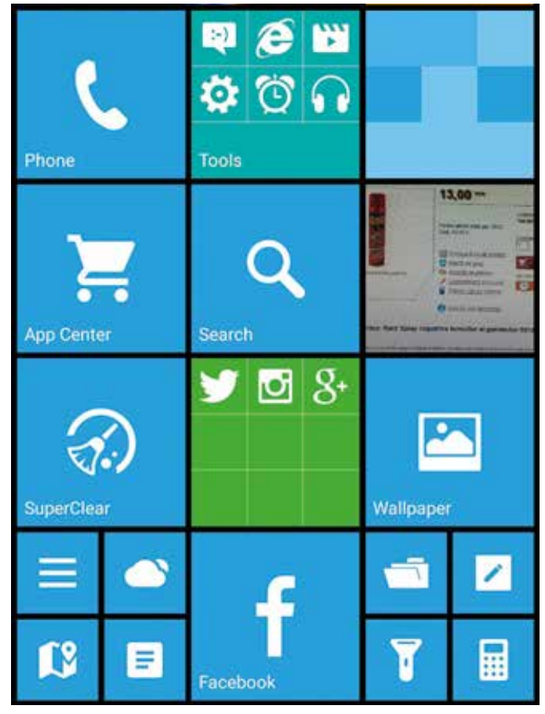
ВОЗВРАТ К ИСТОКАМ

Цифровая эпоха в самом разгаре – человек стал уставать от больших потоков информации и его внимания перестало хватать на перенасыщенные деталями иконки. Получается, в погоне за реалистичностью дизайна его сделали слишком… реальным?

Ответом стал «революционный» выпуск Windows Phone 7 в 2010 году. Понимая, что нужно что-то менять, дизайнеры вооружились правилом «чем меньше, тем лучше» и взяли курс на минимализм. И не прогадали! Плоские плитки иконок, исполненные всего в двух цветах и выдержанные в едином стиле, произвели настоящий фурор в сфере дизайна. В 2013 году тренд догнала IOS 7, совершив полный редизайн интерфейса, а спустя два года и операционная система Mac OS.

Десятки лет эволюции дизайна иконки, чтобы… вернуться в начало. Уплощение и упрощение интерфейса взяло верх над кричащим максимализмом 2000-х годов. Лаконичные иконки позволили передавать смысл при помощи минимального количества отображаемой информации, а изящный дизайн помог освободить экранное пространство от визуального шума. Эти тенденции в дизайне иконок можно наблюдать до сих пор.

В настоящее время иконки – это полноценный визуальный язык. Существует масса онлайн-библиотек, в которых каждый желающий может найти готовые пакеты иконок, выполненных в любой стилистике, цветовом оформлении и масштабе. Раньше дизайн иконок напрямую диктовался техническими возможностями, но теперь люди ими не ограничены и могут свободно воплощать в жизнь любые идеи – реальные и не очень.



https://michaels.me.uk

Интерфейс операционной системы Windows Phone 8, 2012

АНАСТАСИЯ СЕМЕНОВА

Типографика – сильный инструмент выражения мысли в веб-дизайне. Но не всегда соблюдение правил типографики – путь к гениальной работе. Безусловно, знание основ оформления никто не отменял. Но что может помешать сделать шаг в сторону? Ничего, кроме желания автора. И в этом можно убедиться из интервью с опытными дизайнерами. Не стоит бояться пробовать что-то новое и экспериментировать. Убедитесь сами.

ЖОНГЛИРУЙ ШРИФТАМИ, А НЕ ИГРАЙ

РУКОВОДСТВО ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ВЕБ-ДИЗАЙНЕРОВ ОТ ШРИФТОВОГО ИНЖЕНЕРА, ВЕРСТАЛЬЩИКА СТУДИИ АРТЕМИЯ ЛЕБЕДЕВА **НИКА НЕДАШКОВСКОГО** И **СВЕТЛАНЫ НЕДАШКОВСКОЙ** – ДИЗАЙНЕРА, ИЛЛЮСТРАТОРА И ПАРТНЕРА NN-STUDIO

Чем веб-шрифты отличаются от обычных?

Ник: Веб-шрифты используются в веб-браузерах. Как правило, это шрифты с сокращенным набором знаков и специальными инструкциями для отображения на экранах – хинтингом. То есть то, как отобразить букву «а» всего четырьмя пикселями. Эта проблема еще сохраняется на экранах с низкой плотностью пикселей, например, на мониторах стационарных ПК. А вот у экранов мобильных устройств на одном миллиметре уже размещается от 8 до 16 пикселей. Сегодня диджитал по качеству отображения надписей почти приблизился к бумаге.

фото из личного архива героев

Как правильно выбрать шрифт?

Ник: На выбор шрифта для проекта влияет много условий: начиная от соответствия исторической парадигме, заканчивая необходимой скоростью считывания сообщения. Если длительность контакта позволяет, то можно использовать непривычные знаки. Например, в Мельбурне (http://sansforgetica.rmit) разработали шрифт, в котором некоторые элементы букв отсутствуют, чтобы читатели тратили больше внимания на разбор надписей и лучше запоминали текст.

А что насчет шрифтовых пар?

Ник: Все шрифты сочетаются и не сочетаются, важнее контекст, хотя некоторые рецепты все же есть: выбирать контрастные и по рисунку, и по времени создания пары: гротеск и антикву, старое и новое, или наоборот искать общие детали: массу штриха, высоту строчных, пластику овалов. Есть один очень простой принцип, если нет желания сильно погружаться в этот вопрос – выбирай шрифт одного автора. Или еще проще – использовать один шрифт, но с большой разницей в кеглях. Как в кисло-сладком соусе – больше контраста – больше вкуса.

Сколько шрифтов нужно для использования?

Ник: Массимо Виньелли говорил, что достаточно шесть шрифтов, чтобы оформлять любые работы. Я разделяю этот подход. Лучше узнать особенности работы с каждой из гарнитур, тогда и сочетать их будет легче.

> МАССИМО ВИНЬЕЛЛИ ГОВОРИЛ, ЧТО ДОСТАТОЧНО ШЕСТЬ ШРИФТОВ, ЧТОБЫ ОФОРМЛЯТЬ ЛЮБЫЕ РАБОТЫ.

фото из личного архива героев

Сколько шрифтов можно сочетать в макете?

Ник: Ровно сколько нужно! Единственное ограничение в выборе – здравый смысл. Вы будто жонглируете: один – легко, два – нормально, пятью уже сложно.

Светлана: Если вы работаете с одним шрифтом, это не значит, что вы не умеете использовать несколько. Необходимого контраста можно добиться даже используя одно начертание. Наберите части текста разным кеглем – это уже контраст размеров, но важно делать разницу заметной и осмысленной.

В чем разница между адаптивными и вариативными шрифтами?

Ник: Адаптивность – подстройка отображения контента на разных экранах. Мы настраиваем кегль, выключку, интерлиньяж и пр. так, чтобы при разной ширине экрана макет продолжал выглядеть эффектно.

Вариативные шрифты позволяют привязываться к другим параметрам, например, задавать буквам разный рисунок в зависимости от условий и точнее настраивать конечный вид. Текст, набранный 10 кеглем, на телефоне откроется с увеличенным очком букв.

Работа Светланы Недашковской «Монстики»
Опубликована на www.behance.net/bbelkiss

> БОЛЬШИНСТВО СИСТЕМНЫХ ШРИФТОВ НЕЛЬЗЯ ИСПОЛЬЗОВАТЬ В КОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТАХ. ВООБЩЕ ОЧЕНЬ ВАЖНО ЧИТАТЬ ЛИЦЕНЗИИ И ДОПУСТИМЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ.

А на большом мониторе будет показан обычный кегль с обычным рисунком. Можно менять ширину знаков в зависимости от объема текста, чтобы весь контент уместился в выделенной ему области, при этом не производя механических модификаций, которые испортят рисунок шрифта.

Светлана: Уже ведутся работы над тем, чтобы отображение шрифта менялось от наклона устройства, а текст при этом не терял читаемость.

Ник: Например, мы делали адаптивный шрифт, в котором надписи при наборе зачеркиваются спреем, меняющимся в зависимости от фонетики и длины слова. Вариативная версия этого шрифта позволяет зачеркивать слова, когда пользователь в браузере проводит по ним мышкой.

Светлана: Но, к сожалению, еще не все браузеры поддерживают вариативные шрифты и не все дизайнеры знают о такой возможности.

Как создается веб-шрифт?

Ник: В целом, как и обычный шрифт. Особенности начинаются уже после того, как буквы готовы. Это выбор количества глифов и прописывание тех самый инструкций отображения. А делать эскиз шрифта можно как угодно: я, например, не сильно прорабатываю эскизы на бумаге, предпочитая доделывать рисунок уже в шрифтовом редакторе Glyphs. А есть дизайнеры, которые на бумаге все до мелочей вырисовывают, а потом повторяют контур на компьютере.

Интересно, что ТЗ на разработку шрифта могут звучать так: «Соответствовать архитектуре

Работа Ника Недашковского
Опубликована на http://nnick.pw/

Лондона» или просто содержать в себе требования по соответствию емкости уже существующего образца.

Расскажите о проблемах с авторским правом.

Ник: Они начинаются еще с определения слова «шрифт». В русском языке есть «шрифт» в английском – «font», «type», «typeface». А это разные вещи и лицензируются по-разному. «Font» – это шрифтовой файл, а «typeface» – рисунок шрифта. У нас же можно получить лицензию только на сам файл. В лицензионном соглашении указывается область применения файла: веб, десктоп, приложение и количество пользователей. Также может указываться максимальное количество просмотров в месяц, если речь идет о веб-шрифтах. С рисунком сложнее: в Америке, к примеру, можно оформить патент на рисунок, у нас пока такой возможности нет.

Светлана: Дизайнер может сделать скриншот, обвести его в шрифтовом редакторе и получить собственный контур. Доказать копирование в суде будет довольно сложно. Иногда авторы расставляют дополнительные точки на кривых, чтобы можно было отследить, что контур их шрифта был скопирован.

Ник: Для авторов и пользователей есть выход – использование сервисов аренды шрифтов. Шрифт не устанавливается в систему, а появляется в программе на время. Это дешевле, чем покупать отдельную версию.

Светлана: Есть сложность с пониманием лицензии шрифта. Часто заказчики считают, если дизайнер купил для работы шрифт, то эта лицензия распространяется и на них. Лицензионное соглашение заключается с покупателем и каждому участнику проекта надо иметь свою версию.

Во многих программах уже есть набор шрифтов. Значит, мне нужно купить лицензию на те, которыми я пользуюсь?

Светлана: Большинство системных шрифтов нельзя использовать в коммерческих проектах. Вообще очень важно читать лицензии и допустимые возможности применения. Из распространенных бесплатных шрифтов в России можно выделить шрифты PT Sans / PT Serif, у этих шрифтов неплохой набор знаков в кассе. Но лучше подробнее прочесть лицензию перед тем, как применить их в своем проекте.

Ник: Да, важно помнить, что не все бесплатные шрифты можно использовать в коммерческих целях. Для учебных заданий – почти всегда можно. Но как при этом быть с портфолио – не ясно. Один юрист может сказать, что это демонстрация, другой – поиск коммерческой выгоды. В случае использования системных шрифтов важно смотреть на возможности OEM лицензий (это метод распространения шрифтов в операционных системах и программах).

ДАРЬЯ
ЕФРЕМОВА

Удивляюсь, откуда у блогеров и иже с ними, постоянно есть, о чем потрепаться. Думаешь неделю над тем, что же умного написать на своей небольшой серой подложке, чтобы вроде и за дизайн, и за жизнь, и вообще. А получается, что все было сказано когда-то и зачем повторяться.

Короче, надо меньше повторяться, больше смеяться (над своим дизайном в частности) и стараться не растерять собранные по частицам знания и навыки.

ЮЗАБИЛИТИ ЕДИНЫМ

17 НОЯБРЯ В ИТМО ПРОШЕЛ ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ЮЗАБИЛИТИ (WUD'18). ЕЖЕГОДНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ С ОБНАДЕЖИВАЮЩИМ НАЗВАНИЕМ ПРОШЛА В ЧЕТВЕРТЫЙ РАЗ.

ИТМО нужно отдать должное: едва ли какой-нибудь другой университет в Петербурге может сравниться с ним в успешном продвижении своего имени. Броские рекламные слоганы, свежий логотип, сайт пусть и не без греха, но зато не пахнет нафталином – что еще я забыла? Организация конференции была достойной: бейджики, программки, чай-печенья в кофе-брейке – все, что может затребовать душа специалистов в области проектирования и тестирования интерфейсов, коих вкупе с простыми смертными собралось от силы человек 60.

Но что в итоге получили умасленные теплым приемом слушатели? Например, бодрую рекламу летней школы Таллинского университета от Владимира Томберга или накиданные в произвольном порядке выдержки из работ теоретиков дизайна от Дэвида Ламаса. А еще перелили из очевидного в общеизвестное ребята из «Собаки Павлова» – вроде бы все о разработке интерфейсов, об удобстве пользователя, но содержательно – начинка мыльного пузыря. Вот вышел Дмитрий Макаров, долго, с примерами исправления примитивных логических ошибок в текстах сайтов, рассказывал, как немыслимо сложна работа UX-писателя. В чем отличие Вашей работы от работы копирайтера или журналиста? «Это совсем разные вещи. UX-писатель ограничен в размерах текстов, плюс он всегда ориентирован на пользователя». Хм...

Даниал Сиддики, работающий на Сбербанк, в рамках своей темы «Как создавать продукты» провел почти целый тренинг в духе не бойтесь ошибаться/выделяться, в то же время развивая мысль, что параллельно с любой основной работой можно вести свои проекты. Конечно, многие это услышали далеко не впервые, но послушать еще разок не помешает (вдруг действительно перестанем бояться ошибаться и начнем выделяться).

Анна Ковтун из «Arcadia» рассказала об изменениях интерфейсов для людей с ограниченными возможностями. Зачастую это делается из-за законодательного аспекта, но еще из сострадания заказчика, а также из желания выйти на нового потребителя. Разработчик подчеркивает, адаптация интерфейсов для особенных людей делает работу с продуктом эффективнее у самой широкой аудитории. Безусловно, решение подстроить интерфейс под потребности инвалидов значительно усложняет работу над проектом как минимум тем, что необходимо провести много различных тестов. Для этого используют NVDA, Voiceover, Talkback, Chrome Lighthouse, a11yTools – программы, помогающие выявить неточности, неудобства интерфейса.

Не считая приятного выступления Анны, Всемирный день юзабилити оставил неприятный осадок потраченного впустую времени. Наверное, все те разработчики-дизайнеры, что не пришли, оказались более проницательными в выборе занятия на выходной день.

Фото Анастасии Арашкевичуте

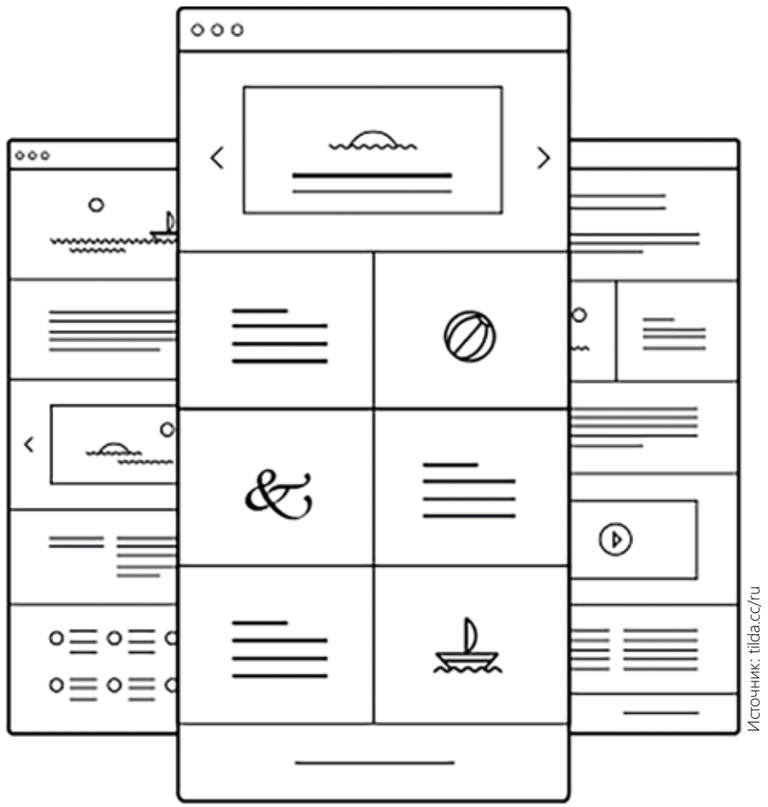
ОНЛАЙН ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ СТИЛЬНЫХ САЙТОВ

ВЕРОНИКА ДУХАНИНА

Недавно мне предложили сделать небольшой сайт на пару страниц. Ты же на медиа-дизайне. Ты же умеешь. «За выходные сделаю», – подумала я. В субботу утром открыла все возможные платформы и сошла с ума от выбора. На какой начать верстать?

К вечеру этого же дня я уже не могла смотреть на нескончаемые блоки, сообщения о покупке подписки и вообще все это дело хотела оставить. Затестив за тот адский денек самые полулярные конструкторы сайтов, я решила написать гид по платформам для создания лендинга. Пускай у читателя не будет таких мук выбора и он сразу узнает о всех плюсах и минусах.

СИТУАЦИЯ: ВЫ ФРИЛАНСЕР И ХОТИТЕ СОЗДАТЬ СТРАНИЦУ В ИНТЕРНЕТЕ СО ВСЕМИ ПРОЕКТАМИ, В КОТОРЫХ ПРИНИМАЛИ УЧАСТИЕ. ИЛИ ВАМ НЕОЖИДАННО ЗАХОТЕЛОСЬ ПРОДАВАТЬ ПОСУДУ, И ВЫ РЕШИЛИ ОТКРЫТЬ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН. ВОЗМОЖНО, ВАМ ПРОСТО НУЖЕН САЙТ С НУЛЯ К ЗАВТРАШНЕМУ УТРУ. КАК ЭТО СДЕЛАТЬ РАССКАЖЕМ В ЭТОЙ ПОДБОРКЕ.



Источник: tilda.cc/ru

1

TILDA

Легкая платформа с пошаговыми уроками от создателей. Каждый может почувствовать себя дизайнером и создать страницу с помощью готовых шаблонов или же начать с нуля и построить уникальный блок. Создатели сайта обещают интуитивный конструктор, однако надеяться уложиться в 30 минут все же не стоит. Чтобы «почувствовать себя дизайнером», придется посмотреть пару уроков, сделать сотню неуверенных кликов мышкой, а потом дело пойдет само собой.

Платформа предлагает несколько видов работы: платный и бесплатный. Первый дает доступ к закрытым блокам и дарит домен в подарок. При этом имеет несколько вариантов подписки – Personal, Business и Tilda Pro, включающих разное количество страниц и сайтов. Минимальная цена работы в платной версии тильды – 750 руб. в месяц. Максимальная стоимость Tilda Pro 20 в год – 50 000 руб. Бесплатная версия отличается отсутствием персонального домена и набором готовых страниц. Их можно редактировать, удалять или добавлять новые блоки. Поработать на платной Тильде можно и в «демо-версии» целый месяц без покупки подписки.

Источник: tilda.cc/ru

Источник: readymag.com

READYMAG

Интуитивно понятная платформа для создания лендингов и презентаций, правда на английском языке. Находка для дизайнера с возможностью управлять слоями, пользоваться сеткой и располагать контент на пустой странице. Создатели так же предлагают воспользоваться шаблонами. Кроме мультимедиа можно добавить фигуру, ленту Фейсбука или Твитера. Платформа адаптирует контент как для больших экранов, так и для мобильных версий.

Плату создатели берут за публикацию страниц и дополнительные шаблоны. Стоимость пользования премиум-версии – от $16 (1045 руб.) в месяц.

3

UKIT

Отличный конструктор сайтов для бизнеса. Больше 350 шаблонов, из которых можно выбрать готовую структура сайта на 38 разных тематик, понятный визуальный редактор и разные инструменты для поиска. Создать сайт по готовому шаблону займет не больше минуты. Однако бесплатный доступ создатели обещают только первые 15 дней. Тариф на платную подписку начинается от $3.4 (222 руб.) в месяц и заканчивается $10.2 (666 руб.). Самая дорогая версия позволяет интегрировать шаблоны и код, но пригодится она только профессионалам.

Платформа предлагает так же оформить сайт «под ключ» для тех, кому делать самому совсем лень. Сайт-визитка или интернет-магазин обойдется в 3 500 руб, блог, каталог или форум в 7 000 руб, а разработка логотипов и графики от 1 000 руб.

Противопоставив эффективность и простоту в работе цене, Ukit можно назвать классной платформой для начинающих веб-дизайнеров.

WIX

Эта платформа предлагает создать «сайт своей мечты» независимо от профессиональных навыков. Справится новичок и будет рад профессионал. Как и на предыдущей платформе здесь есть несколько вариантов доступа.

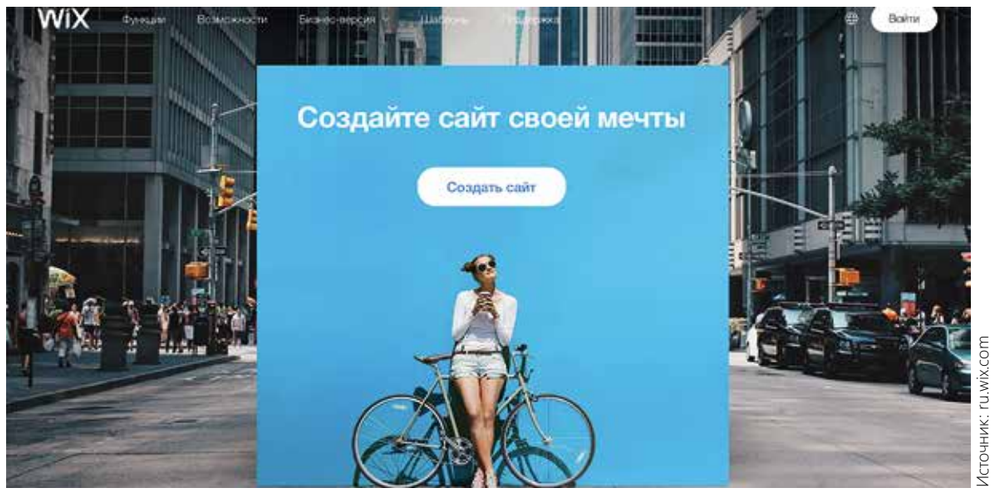
Как бонус работы на Wix создатели обещают бесплатный сайт от искусственного интеллекта для дизайна ADI. За несколько минут робот задает пару вопросов и создает функциональный сайт при помощи встроенной программы.

Премиум доступ позволяет подключить персональный домен, увеличить объем хранения и воспользоваться web-аналитикой от Google. Такой доступ обойдется от 274 руб. в месяц. Премиум-планов здесь также несколько. Самый дорогой будет стоить 792 руб. в месяц и предоставит возможности интернет-магазина, удаления рекламы, email-напоминаний и т.д.

Если верить отзывам, на wix трудно и дорого создать большой сайт. Платформа идеальна для лэндингов и web-визиток.

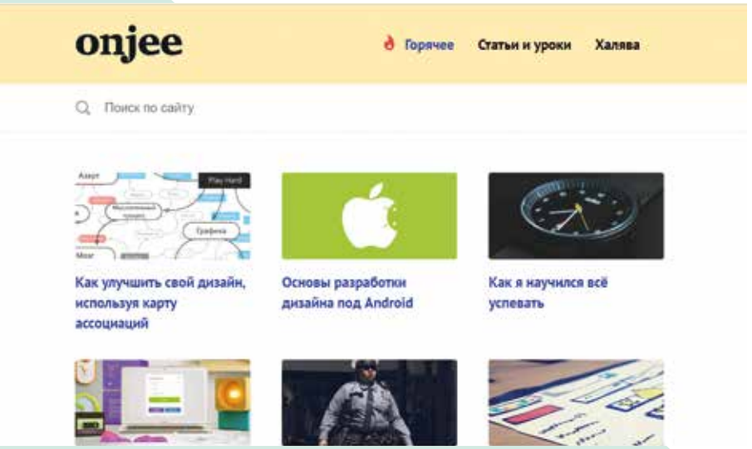
4

На мой взгляд, самой сложной платформой оказалась Tilda, самой известной Wix и самой простой и интуитивной – Ukit. Подготвить презентацию с интерактивным контентом можно с помощью Readymag. Открывать интернет-магазины, приглашать на закрытые встречи и создавать портфолио стало намного проще с появлением конструкторов. Секрет красивых страничек раскрыт!



Источник: ru.wix.com

ОБУЧИТЬСЯ ПРАКТИЧЕСКИ ЧЕМУ УГОДНО САМОСТОЯТЕЛЬНО И ДАЖЕ НЕ ВЫХОДЯ ИЗ ДОМА – ВПОЛНЕ РЕАЛЬНО. ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ МЫ ПРЕДСТАВЛЯЕМ ПОДБОРКУ РЕСУРСОВ, КОТОРЫЕ В ЭТОМ ПОМОГУТ.



ONJEE

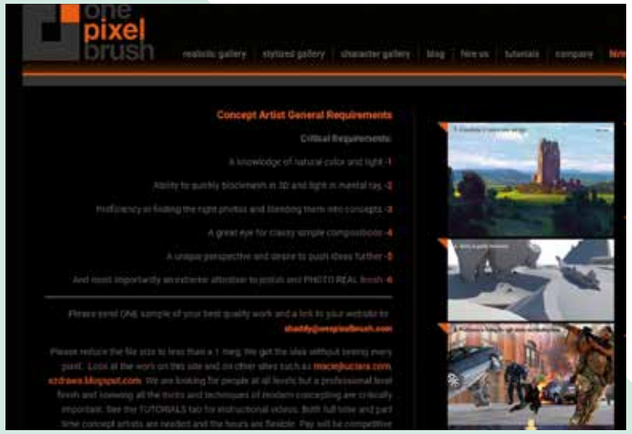
Onjee – блог про веб-дизайн. Он был создан с единственной целью – помочь начинающим веб дизайнерам разобраться в тонкостях профессии. Здесь вы сможете узнать полезную и актуальную информацию из мира веб-дизайна. Основной контент блога – прототипирование, отрисовка, и просто бесплатные PSD.

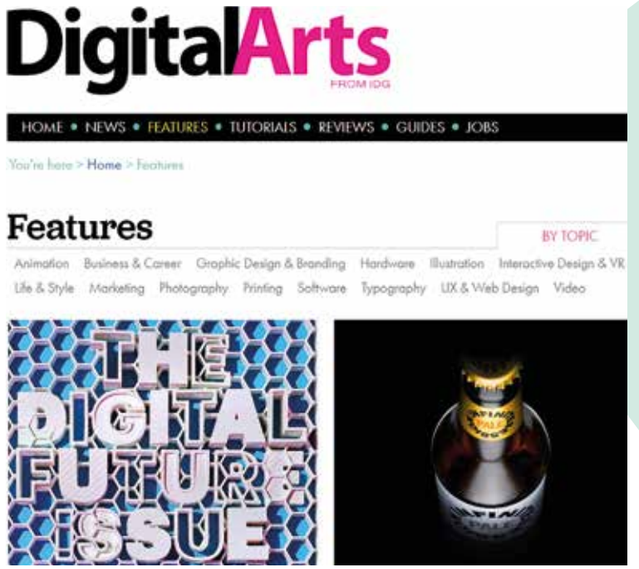
Информация подана просто, понятно и доступно. А еще иногда с юмором. Проект молодой и материала на нем пока немного. Но статьи достаточно содержательны, с красочной инфографикой, иллюстрациями и красивыми шрифтами. В целом – хорошее начало для людей, пробующих себя в дизайне.

ONE PIXEL BRUSH

One pixel brush помогает узнать, какие навыки наиболее востребованы у заказчиков и арт-директоров. Своя обширная галерея и наглядные, понятные туториалы. Можно найти интересные фишки и советы, как устроиться на работу или как создать свой стиль, как придумать персонажа. Хотя сайт направлен скорее на художников-иллюстраторов, полезную информацию могут найти и дизайнеры.

Есть возможность бесплатно скачать наборы кистей, плагинов для Photoshop, обучающие видео. Сам сайт оформлен просто и понятно, интерфейс не требует долгого изучения. Больше изображений – меньше текста.





DIGITAL ARTS

Масштабная платформа не только и не столько для мастеров дизайна, сколько для людей увлеченных фотографией, анимацией, иллюстрацией и визуальным искусством в целом. На сайте 12 тематических разделов, не считая новостей на главной странице.

Здесь вы найдете туториалы по анимации, Adobe Illustrator и Photoshop, интервью с писателями, аниматорами, ведущими дизайнерами мировых компаний, статьи о технических новинках, обзоры на приложения для творчества, практические советы по работе в различных сферах, подборки книг и статей, которые помогут в обучении.

На сайте есть и замечательная вкладка «вакансии». Здесь можно найти работу как в самом Digital Arts, так и в других компаниях, разместить предложение, если вам нужен специалист, или опубликовать свое резюме.

DEADSIGN

Так уж вышло, что большая часть действительно толковых работ по дизайну и диджитал написаны на английском языке.

«Мы переводим зарубежные статьи с английского про дизайн и диджитал для вас и просто так», – написано на самом сайте DEADSIGN.

Хорош он прежде всего тем, что вы можете попросить авторов этого сайта перевести интересующую вас статью. В приоритете – практические советы и уроки

Разделов немного: типографика, графика, процессы, UX, UI, дизайн.