

ПЕРСПЕКТИВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ТРУДОУСТРОЙСТВА ПОСЛЕ ИЗУЧЕНИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА

Ана-Мария ПОСТОЛАКЕ, ассистент

Rezumat

În articol sunt evidențiate perspectivele de angajare pentru tineri specialiști în domeniul designului grafic.

Se atrage atenție la cele mai avantajoase oportunități de dezvoltare personală artistică. Viitorul designer grafic răspunde pentru un brand puternic, care crește considerabil valoarea unei companii și atrage consumatorul. Brandingul se referă la toate elementele care definesc imaginea, domeniul de activitate și caracterul companiei sau a brandului. Pe lângă aceasta, are posibilitate să devină un designer web, care lucrează liber, independent de firma și oficiul, adică are mereu un grafic flexibil ce îl avantajează.

В разных сферах деятельности люди с каждым годом все больше внимания уделяют оформлению окружающих их вещей. Люди, освоившие относительно новую профессию – графический дизайнер, вносят существенный вклад в современное общество и восприятие окружающего нас мира.

Умелое владение специальных компьютерных программ позволяет заменить чертежи, наброски и рисунки от руки, тем самым расширяя свои возможности, как специалиста. Стоит учесть, что одним из главных плюсов профессии графического дизайнера, не считая достаточно щедрый доход, считается возможность удаленной работы, которая не привязывает ни к офису, ни даже к стране. Графическому дизайнеру необходимы лишь познания в изобразительном искусстве и компьютерных технологиях, креативность и наличие хорошего компьютера с выходом в интернет. Немало важен и факт того, что для достижения успеха в дизайне гораздо ценнее врожденное чувство прекрасного, стремление к постоянному развитию,

умение оперировать разными вариантами, а не заикливаться на одном. Отсюда следует, что если после окончания образования по специальности новоиспеченный дизайнер продолжает амбициозно развиваться в этих направлениях, то у него масса шансов достичь творческих и финансовых высот.

Кто такой графический дизайнер?

Прежде всего хороший дизайн – это продуманный работающий механизм. Совокупность красивой картинки и удобной, понятной и грамотной ее реализации. Поэтому дизайнер- это конструктор идей, опора хорошего маркетинга и генератор действительно работающей системы. Основная задача профессионала – перевоплотиться в того, кому адресован дизайн, и решить, что для него хорошо, а что плохо. В этом и заключается основная цель графического дизайнера.

Стоит учесть определенные качества, которые помогут графическому дизайнеру добиться успеха:

1. умение рисовать от руки;
2. наличие чувства стиля, хорошего вкуса, восприятия цвета;
3. педантичность, внимание к деталям;
4. усидчивость, готовность представлять разные варианты одного объекта;
5. стремление к прекрасному, желание постоянно развиваться, создавать новые образы;
6. способность создавать что-то свое, а не умело копировать уже придуманное;
7. знание истории искусств, понимание различий разных художественных направлений.

Чем занимается графический дизайнер?

«Если что-то и стало популярным в последнее время, так это такая простая мысль: если у вас возникают проблемы с какой-то вещью, это не ваша вина, а вина дизайнера» [3, стр.18].

То есть, в первую очередь, графический дизайнер занимается созданием прекрасного и полезного. Решение задачи совместить и то и другое - обязанность дизайнера. Иными словами, дизайн – не искусство, не картинка, не внешность. Графический дизайнер создает прочную конструкцию, своего рода каркас. Каждая следующая работа – новая задача, интересная и сложная. Поэтому основным занятием графического дизайнера является постоянное расширение своего кругозора и уровня своих возможностей.

При более детальном рассмотрении – графический дизайнер создает массу всего: упаковку, печатную и интернет-рекламу, логотипы и фирменные стили, веб сайты, журналы и книги, обложки компакт-дисков и DVD, системы навигации (указатели) и инфографику (схемы и графики), презентации и рекламные буклеты, газеты, даже интерфейсы компьютерных игр.

Такие навыки, как программирование сайтов, размещение и продвижение рекламы, написание пресс-релизов, владение обработкой видео или даже азами режиссуры естественно могут быть значительными плюсами при трудоустройстве и быть применимы по воле дизайнера, но требовать этого никто не имеет права. На это есть специально обученные люди, такие как SMM-менеджеры (маркетинг в социальных сетях), вэб-мейкеры (web-makers), копирайтер (copywriters), операторы и системные администраторы.

Подводя итоги, можно определить различные возможности трудоустройства, как графического дизайнера в современном мире и ответвления этой творческой профессии, такие как:

1. Базовая специалистами: брэндинг (branding), создание фирменных стилей, реализация гайдлайнов (guidelines) и брэндбуков (brandbooks).

2. Веб-дизайн или как принято называть с недавнего времени - UI/UX Дизайнер.

3. Типографика. Создание шрифтов под заказ.

4. Концепт-артист, арт-директор, иллюстратор.

5. Верстка и макетирование книг, журналов. Работа в издательстве.

6. Полиграфия и печатная индустрия. Работа в типографии.

7. Моушен-дизайн (motion design) / диджитал дизайн (digital design). Создание анимаций.

Рассмотрим детальнее самые востребованные:

I. Брэнд – дизайнер или создатель фирменного стиля:

Что помогает компаниям, занимающим ведущие позиции на рынке, так эффективно предлагать свой продукт? Что делает обычную торговую марку брендом? Что увеличивает в десятки и сотни раз продажи без нереальных финансовых вложений? Ответ прост: фирменный стиль.

Итак, когда речь заходит о брендинге, то все понимают, что существуют определенные этапы: поиск целевой аудитории, анализ конкурентной среды и т.д.

В какой-то момент начинает казаться, что это универсальный, отточенный алгоритм. Коммерческая деятельность в данном случае является второстепенной. О брендинге с физиологической точки зрения полезно узнать всем, кому интересны различные методы воздействия на потребителя, как правильно их применять и как избегать неправильных решений в их выборе. Задачи айдентики (фирменного стиля) привлечь максимально возможную прибыль для фирмы, ведь неумелый и детально непродуманный брендинг может похоронить компанию.

«Факторы воздействия фирменного стиля компании, влияющие на выбор потребителей:

1. Идентификация компании — помогает потребителям ориентироваться на рынке услуг, а также идентифицировать организацию с помощью элементов фирменного стиля.

2. Внушение доверия к организации – влияние на потребителя путем ассоциаций с именем и образом фирмы, вызывая при этом положительные эмоции.

3. Представление потребителям ответственности компании за ее деятельность.

4. Усиление эффекта рекламы с помощью фирменного стиля, для создания благоприятного имиджа компании» [4, стр. 107].

II. UI/UX Дизайнер:

Расшифровывается как UI (user interface – пользовательский интерфейс) – это про красоту и внешний вид продукта, когда как UX (user experience – пользовательский опыт) – про удобство. Проще говоря, UX/UI дизайн – это проектирование любых пользовательских интерфейсов, в которых удобство использования так же важно, как и внешний вид.

С точки зрения удаленной работы или популярного на данный момент среди молодежи фриланса (freelance – с английского дословно free – свободный, lance – копьё) более востребованы специалисты в UX/UI дизайне. Работа фрилансером означает труд вне штата компаний. Найти клиентов в этой сфере не составит труда. Удаленное сотрудничество с компаниями тоже имеет место быть. К тому же, будучи графическим и вэб дизайнером, фриланс может пойти на пользу тем, у кого недостаточно практики и создать хорошо себя зарекомендованное портфолио на будущее. В следствии, это может перетечь в собственный бизнес с хорошей и надежной клиентской базой.

UX-дизайн включает в себя разные компоненты:

- информационную архитектуру;

- интерактивный дизайн;
- юзабилити (usability) – показатель простоты, удобства и эффективности продукта в глазах пользователей.

UX-дизайнер разбирается в психологии и эмоциях пользователей, анализирует их ожидания от продукта и ставит цель, которую нужно достичь. Далее он выбирает подходящие инструменты и придумывает структуру приложения или сайта, которая соответствует всем необходимым параметрам.

UX-дизайнерам важно уметь:

- проводить исследования пользователей;
- создавать вайрфреймы (wireframe) и прототипы сайтов и приложений. Это помогает оценить, в каком направлении развивать приложение или сайт. Существует множество инструментов для прототипирования, где с помощью готовых элементов можно создать грамотную визуализацию интерфейса (например Axure, Balsamiq или UXPin);

- проектировать взаимодействие, то есть представлять, как именно человек будет пользоваться продуктом. Для этого создаются карты маршрутов пользователей по экранам приложения, интерактивные каркасы сайтов и приложений с разными вариантами дизайна;

- тестировать продукт;
- заниматься аналитикой. Использование различных метрик (например, Webvisor, Hotjar, Mixpanel, UXcam, или Appsee) поможет понять, насколько эффективно работает дизайн, и дорабатывать продукт, основываясь на реальных данных.

III. Типографика. Верстка и макетирование:

«Выбор гарнитуры шрифта – не есть лишь эстетическое решение. Тот или иной шрифт может не только украсить текст, который им представлен, но и нести важную практическую информацию, например, акцентировать некую мысль автора. Верный выбор шрифта и правильное его использование

определяют, насколько легко прочитывается фрагмент текста, начиная с того, что его вообще можно разобрать» [7, стр. 105].

Это значит, что взглянув на любую печатную страницу, прежде всего замечают шрифт:

«Правилам типографики несколько столетий, и за это время технологии сильно изменились, но цель у типографики осталась прежней - правильный выбор параметров набора текста и верстки, необходимых для приятного и плодотворного чтения» [7, стр. 1].

Работа в издательстве дает графическому дизайнеру бесценный опыт в оформлении текста и макетировании книг (книжная и журнальная верстка). Владение искусством оформления текста открывает большие возможности в трудоустройстве. Кроме издательства, графический дизайнер так же может работать и в типографии, ведь ее задачей, наиболее творческого этапа оформления текста, является и определение параметров для последующих процессов набора, верстки и допечатной подготовки (prepress). Графический дизайнер, будучи сотрудником типографии, в своих обязанностях будет иметь подготовку макетов к печати, и помимо основ, нужно учесть и знания в области особенностей различных печатных машин, цветокоррекции и ретуши.

Библиография

1. Samara, T., Design elements. A Graphic style manual. Rockport Publishers, Beverly Miami, 2014.
2. Годин, А.М., Брендинг: Учебное пособие. Дашков и К, Москва, 2016.
3. Норман, Д. А., Дизайн привычных вещей, Издательский дом Вильямс, Москва, 2006.
4. Прает, Д., Бессознательный брендинг, Азбука бизнес, Москва, 2014.
5. Рэнд, П., Дизайн: форма и хаос, Студия Артема Лебедева, Москва, 2017.

6. Рудер, Э., Типографика, Книга, Москва, 1982.
7. Феличи, Дж., Типографика: шрифт, верстка, дизайн, БХВ-Петербург, Санкт-Петербург, 2018.
8. <http://shelkovnikov.pro/identity-tseli-i-zadachi/>
9. <http://www.kadrof.ru/freelance.shtml>
10. <https://www.artlebedev.ru/kovodstvo/sections/>
11. <https://habr.com/ru/post/321312/>
12. <https://livetyping.com/ru/blog/shto-takoe-ux-ui-dizajn>

NATURA STATICĂ ÎN CREAȚIA LUI DIMITRIE PEICEV

Iraida CIOBANU, lector

Summary

In article is being examined the Dimitri Peicev's creation. They are subject to analyzes descriptions of the author's representative works. For the first time, the still life from D. Peicev's creations was examined as a synthesis of classical traditions with the modernist in an individual artistic interpretation.

The lively coloring and abundance of objects in still life are treated in a manner based on clarobscur, the author being one of the greatest colorist in national painting.

Peicev Dimitrie – (19.05.1943, Satul Burgugi (actualmente Vinogradovca), regiunea Odesa, Ucraina), pictor. În anul 1970 absolveste Școala republicană de Arte Plastice „I. Repin” (actualmente „Al. Plămădeală”), Chișinău, după care urmează studiile la Institutul Poligrafic de la Moscova, la facultatea Grafica de carte (1970–1975). Din anul 1975 este Membru a UAP din Moldova. Pe parcursul activității sale artistice și-a expus lucrările în: Rusia, România, Bulgaria, Ucraina, Republica Moldova.

Avându-i profesori pe Mihai Grecu, Ada Zevin, personalitate de referință a picturii naționale, colorist de excepție, Dimitrie Peicev se formează ca plastician la mijlocul anilor 1970, manifestându-se printr-o manieră lirico-poetică. Pictura de gen, peisajul, portretul, mai puțin natura statică sunt genurile abordate de pictor în perioada