

Л. М. Тимкова

ПРИМЕНЕНИЕ БАЗОВЫХ ПРИНЦИПОВ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В ОФОРМЛЕНИИ БИБЛИОТЕЧНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ

В повседневной работе библиотекари часто сталкиваются с необходимостью создания библиотечных информационных продуктов в электронном формате. На сегодняшний день единой классификации библиотечной информационной продукции не существует, но можно привести самые распространённые примеры [1, с. 80]: виртуальные выставки, виртуальные буклеты, календари памятных/знаменательных дат, списки новых поступлений, электронные коллекции и дайджесты/подборки, литературные обзоры, электронные библиографические обзоры.

Зачастую для создания библиотечных информационных продуктов применяется хорошо знакомая пользователям программа Microsoft PowerPoint, которая обладает широкими возможностями. Эта программа активно используется для создания презентаций к библиотечным мероприятиям и выставкам, для демонстрации сопроводительного материала во время публичных выступлений.

Информация о процессе создания презентаций в PowerPoint является очень актуальной и востребованной и постоянно транслируется из различных источников. Эти знания и данную программу можно применять для создания не только презентаций, но и виртуальных проектов из вышеперечисленного списка. Но причём же здесь графический дизайн? Нужен ли он библиотекарю? Мало того что для подготовки качественного проекта следует тщательно подобрать текст из проверенных источников, отредактировать его, составить библиографический список, оказывается, желательнее ещё и оформить библиотечную информационную продукцию с точки зрения дизайна, сделать её современной и привлекательной. И даже если сотрудники библиотек пожелают освоить базовые навыки в графическом дизайне, считается, что для их применения требуется профессиональное программное обеспечение, как правило, дорогостоящее, требующее времени на обучение. Действительно, стоит ли тратить время на неспециализированные навыки, зачем это нужно?

Дело в том, что в современных условиях библиотеки нацелены на активное взаимодействие с читателями. Постоянную коммуникацию библиотек и читателей сегодня обеспечивает Интернет, социальные сети, библиотечные

сайты, СМИ. Благодаря сетевым ресурсам, библиотечным мероприятиям и проектам на различных площадках (лекции, семинары, литературные вечера, выставки, фестивали) каждый пользователь, посетитель может стать потенциальным читателем библиотеки, но для этого нужно привлечь и удержать его внимание. И здесь важную роль играет распространяемая информационная продукция. Оттого, насколько качественной и интересной она будет, насколько запомнится, зависит интерес читателя: вернётся ли он, захочет ли воспользоваться библиотечными услугами.

Таким образом, через библиотечную продукцию осуществляется коммуникация с читателями, реальными и потенциальными, и главная цель её создания — передача информации. Информация в данном контексте — это не только непосредственно текст и его смысловой аспект. Визуальная составляющая библиотечных продуктов также очень важна, поскольку передаёт значительную часть информации и осуществляет коммуникацию с человеком. Люди в основном являются визуальными существами. Мы склонны воспринимать изображения гораздо быстрее, чем слова или текст. Человек обращает внимание на цвета и формы, знаки и символы, которые напрямую воздействуют на эмоции и чувства. В изучении незнакомого материала людям нужны подсказки и визуальная иерархия.

Графический дизайн [4, с. 155] имеет прямое отношение к коммуникации. Графика в дизайне используется для передачи сообщения, тем самым становясь функциональной. Графический дизайн — искусство, созданное с коммуникационной целью, и он очень высоко востребован на сегодняшний день. Это направление охватывает различные аспекты человеческой жизни, связанные с визуальной коммуникацией [3, с. 35]. Оформление книг и журналов, рекламные объявления и плакаты, иллюстрации, упаковка различных продуктов, логотипы и фирменный стиль брендов, интерфейсы программ и приложений, которыми мы пользуемся каждый день, 3D-анимация — это всё сферы работы графических дизайнеров. Дизайнер, получая проект, создаёт графику специально для передачи сообщения, тем самым наделяя её определёнными функциями. Конкретная цель сообщения здесь достигается средствами и методами искусства.

С этой точки зрения, библиотечные информационные ресурсы, продукты, которые распространяются через сайты, социальные сети, также являются носителями визуальной информации. Они могут быть усовершенствованы методами дизайна и вполне могут конкурировать по силе воздействия и эмоциональной привлекательности с той же рекламой, привлекая новых

читателей. Использование приёмов графического дизайна задаёт тему и ментально настраивает читателя на восприятие. Правильно подобранные визуальные элементы, оформленный текст не только передают сообщение, но также задают тон и голос в передаче информации. Это может быть достигнуто с помощью стиля фона, шрифтов (типографики), композиции, цветовой палитры, соотношения форм и размеров, стилистических подходов. Также, следуя популярным тенденциям, графические дизайнеры придают проектам современный облик, который является важным фактором интереса и доверия для многих пользователей.

Иными словами, следуя принципам графического дизайна, мы можем делать библиотечные продукты гораздо более привлекательными и интересными для читателя, стильными, запоминающимися и современными. В качестве примера можно привести виртуальные выставки на сайте Российской государственной библиотеки, дизайн которых может стать образцом для обучения и источником вдохновения для работы.

Конечно, библиотекарям не обязательно работать, как профессиональным дизайнерам. Но мы можем использовать самые простые правила — базовые принципы. Они имеют прямое отношение к средствам, которые широко используются художниками для создания произведения по законам гармонии (пропорции, контраст, нюанс, ритм, масштаб).

В первую очередь под базовыми принципами дизайна подразумевают три понятия: цвет, масштаб (размер, величина), контраст. На основе этих очень тесно взаимосвязанных понятий выстраивается создание и преобразование визуальных элементов.

Визуальные (графические) элементы — это средства передачи информации в графическом дизайне. К ним относятся:

- изображения различного стиля и сложности;
- фотографии;
- текст и шрифт;
- пиктограммы (иконки);
- форма и размеры объектов;
- цвета и оттенки;
- линии и кривые;
- единый стиль, вид макета проекта, страниц в целом и т. д.

Цветовая палитра, формы и размеры, композиция объектов, типографика (шрифты) — это именно те средства, с которыми будет работать сотрудник библиотеки, продумывая, как должен выглядеть информационный продукт,

например, виртуальная выставка. Визуальным элементом, или объектом, в данном случае выступает каждое изображение в проекте выставки, каждый блок с текстом, вспомогательные формы и линии, даже сам фоновый шаблон проекта, если он реализуется в Power Point. Всем известно, что подобранные определённым образом цвета создают настроение. Простые соотношения между элементами: «светлое — тёмное», «большое — маленькое», «круглое — квадратное» — расставляют акценты и способны вести читателя (пользователя) за собой, указывая, где главная информация, а где — второстепенная.

Это означает, что любой объект, визуальный элемент, который мы используем в проекте информационного продукта, сопоставляется, сравнивается с другими по цвету, величине, форме. Самые распространённые примеры сравнения объектов: тождество — объекты похожи; нюанс — один из объектов выделен каким-либо образом; контраст — подчеркнутое противопоставление объектов. Сравнение может быть также по объёму, фактуре и другим параметрам.

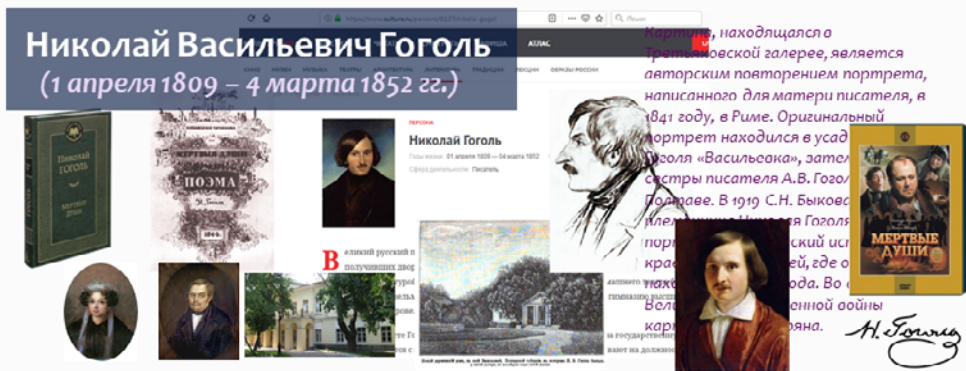
Очень важно видеть взаимодействие объектов между собой, а также объектов и окружающего их пустого пространства, «воздуха», присутствие которого в любой композиции обязательно.

Композиция — это пространство, где отдельные элементы превращаются в единое целое. С помощью композиции изображения текст и цвета формируются в единый стиль и составляют дизайн.

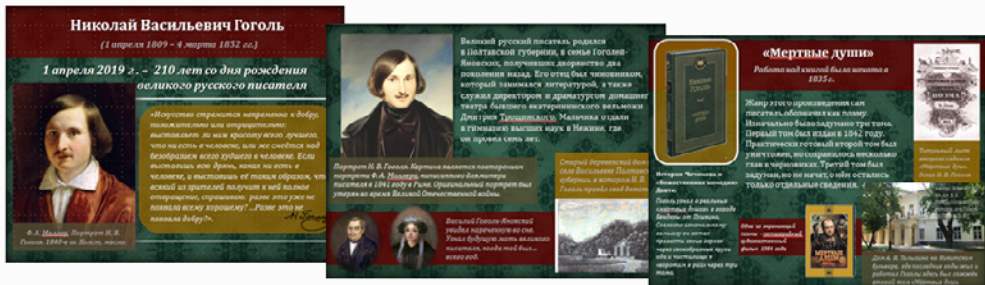
Самый главный вопрос при составлении композиции из визуальных элементов — где находится центр? В центр в первую очередь будет направлен взгляд читателя. Что здесь главное, а что — второстепенное? Выстроить ответ помогут простые правила составления композиций, вот некоторые из них:

- желательно расположение основного элемента в смысловом центре (это не обязательно фактический центр рабочего пространства, строгая симметрия также не обязательна);
- объект можно выделить среди других выдвиганием вперёд, вверх или вниз, в зависимости от конкретных условий композиции;
- объекты можно разграничить пустым пространством (интервалом) или разграничивающими дополнительными элементами (специальные линии, формы);
- к одному из элементов можно добавить отличающий признак, тем самым выделив его;
- объект, выделяющийся своими размерами, силуэтом, всегда доминирует в композиции.

Итак, исходя из задач проекта, графические элементы должны быть расположены в макете определённым образом [4, с. 154]. Внимание читателей будет последовательно перенаправляться на разные элементы. Для управления вниманием читателей обязательно нужно знать и применять правила контрастов, уметь выделять главное и второстепенное.



С помощью средств графического дизайна из разрозненного материала для виртуальной выставки постепенно собирается готовый проект.



Приведём конкретный пример: создание виртуальной выставки для размещения на сайте библиотеки. Выставка будет посвящена юбилею крупного писателя и создана с помощью программы PowerPoint. Одна информационная страница выставки будет соответствовать одному слайду PowerPoint. Также обязательно создаётся титульный лист, а последняя страница проекта будет отведена под библиографический список художественной и критической литературы, связанной с данным автором. Для того чтобы реализовать данный проект, нужно продумать последовательность работы при создании библиотечной информационной продукции:

1. Подумать о потенциальных читателях. Определить, какой подобрать текст и как оформить информацию, чтобы она была доступна и понятна каждому читателю, осталась в памяти.

2. Текст должен быть подготовлен, отредактирован, разбит на ключевые фрагменты. Следует помнить, что большое количество текста воспринимается с трудом. Лучше подготовить небольшие абзацы с самым важным материалом и дополнять сообщение деталями, которые будут интересны читателю. Если готовится литературная выставка к юбилею значимого в истории литературы писателя, это могут быть цитаты о писателе устами его современников, выписки из дневника самого писателя, краткий комментарий о получении литературной премии, интересный фрагмент из его жизни, связанный с произведением и т. д.

3. Лучше сразу подобрать и сохранить ключевые для раскрытия темы изображения, учитывая такие нюансы, как их качество, размер и возможность бесплатного распространения и использования в образовательных и культурных целях. Как правило, у большинства иллюстраций и фотографий есть автор, имя которого следует указывать при создании проекта.

4. Продумать стиль: как будет выглядеть проект в целом. Стиль работы включает цвета, шрифты и их размер, композицию каждого слайда/страницы, эффекты рисунков, фотографий, фигур, дополнительные графические элементы, оформление цитат. Все эти элементы должны гармонично сочетаться. Стиль связывает все объекты в проекте воедино.

Каждая подобранная для проекта иллюстрация, фотография, заголовок, блок с основным текстом или небольшой цитатой, шаблоны фона страницы (слайда PowerPoint), графики и диаграммы, фигуры-разграничители или фигуры-указатели, которые легко создаются инструментами PowerPoint, — всё это визуальные элементы, которые нужно расположить на рабочем пространстве слайда и составить в гармоничную и осмысленную композицию.

Оформление библиотечной продукции — это непростой, но приятный и творческий момент в работе. Черпать идеи и вдохновение можно из огромного количества различных источников, например, изучая оформление книг, статей из журналов, журнальную вёрстку. Можно обращать внимание на то, как выглядят современные сайты, интернет-реклама, наружная реклама; пристально изучать те произведения дизайна, которые кажутся современными и привлекают внимание. Рассматривая плакаты, флаеры, буклеты, визитки или сравнивая их с готовым библиотечным проектом (например, виртуальной выставкой), можно задавать вопросы: «Почему это смотрится красиво и гармонично, негармонично? Почему использовано именно такое изображение, как оно соотносится с текстом и подчёркивает его? Какой объект здесь главный? Как сочетаются цвета, сколько их? Какие ассоциации и

чувства они вызывают?» и т. д. И, подводя итоги, определить, как в дальнейшем использовать полученную информацию в библиотечной работе и делать библиотечную информационную продукцию ещё более привлекательной, интересной, наглядной, легко достигающей поставленных целей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лаврик, О. Л. Программно-технологические основы для создания и развития информационных ресурсов и услуг: выбор библиотек / О. Л. Лаврик, О. В. Кулева, Л. Б. Шевченко // Библиосфера. — 2015. — № 2. — С. 79–85.
2. Махова, А. И. Свойства композиции в графическом дизайне / А. И. Махова, А. А. Грошкова // Решетнёвские чтения. — 2017. — Т. 2. № 21. — С. 692–693.
3. Прудовская, О. Ю. Эволюция визуальных коммуникаций в процессе проектирования / О. Ю. Прудовская // Культур. жизнь юга России. — 2017. — № 4 (67) — С. 35–38.
4. Руденко, Т. Ю. Понятие «графический дизайн» / Т. Ю. Руденко // Вестн. Моск. ун-та МВД России. — 2010. — № 8. — С. 154–160.

Иллюстрация предоставлена автором.