

## Доклад

### На тему: **Значение рисунка и кратковременных набросков при создании рекламных продуктов.**

Подготовил: **Доманов М.В.**

Набросок (sketch – англ.) – монохромное неполное обобщенное изображение предметного мира, исполняемое обычно в короткий, иногда в кратчайший, чрезвычайно ограниченный промежуток времени, чаще всего не зависящий от самого рисующего. При этом с целью ускорить рисунок используется минимальное количество графических средств.

Обобщенным следует считать такое реалистическое изображение предметного мира, когда сложная форма решается верной и выразительной передачей только ее основных, типических и характерных признаков без мелкой детализации. Пределом такого обобщенного изображения следует считать его общепонятность. Поэтому набросок часто определяется как целое, увиденное без частных деталей.

При компоновке длительного учебного рисунка в начале работы всегда пользуются обобщенным изображением натуры, то есть, по сути дела, пользуются наброском. Удачно найденное в наброске размещение всей массы натуры может служить началом длительного учебного рисунка.

В мире рекламы крайне важна визуальная составляющая. В любом проекте, плакате, буклете, и т.п. рекламных продуктах очень важно наличие запоминающейся графической части, так как человеческий мозг быстрее воспринимает и считывает графическую информацию, чем текстовую. Поэтому так важен правильный подбор шрифтов и визуальных элементов. В современном течении времени, учитывая специфику разработки рекламных продуктов важно уметь графически выражать идеи и творческие задумки, и лучше всего для этого подходят наброски или зарисовки. Лучше один раз увидеть чем сто раз услышать. Набросками пользуются не только графические дизайнеры и разработчики рекламных концепций, но еще и архитекторы, художники, скульпторы, и многие другие специалисты. Вначале любой сложной работы делается обобщенный набросок, благодаря которому можно в дальнейшем избежать ошибок в композиции. Но не всегда есть время на выполнение длительной кропотливой высокохудожественной работы, которая в должной мере олицетворяла бы рекламную идею, тем более, когда есть вероятность того, что она не будет согласована, или появятся новые более интересные идеи. Поэтому так важны эскизы и

наброски. Основную идею они передают, так же глядя на них можно обсудить композиционные особенности разрабатываемого продукта, обсудить цветовую гамму, расположение текстовых блоков и их размер, но при этом не тратить время на исправления и переделку долгосрочной работы. Целесообразнее на этапе эскизирования выявить ключевые смысловые, композиционные и цветовые моменты, обсудить все ошибки и недочеты, озвучить рекомендации, и далее разрабатывать творческую работу со всеми деталями. Такой подход показывает, что в творческой деятельности, в том числе в рекламной, работа с эскизами и кратковременными набросками очень важна и полезна.

В учебных аудиториях так же эскизирование – это важнейшая часть в творческой деятельности, например при создании живописных работ, работ по рисунку, а так же при проектировании рекламной продукции. К тому же, эскизы, как правило, выполняются в небольшом формате, а чем меньше формат, тем более цельно мы видим всю работу, и благодаря этому развивается видение удачной композиции. В больших работах внимание рассеивается на детали и объекты, а в небольшом формате работа, в большей степени, выполняется тоновыми пятнами, что способствует выявлению ключевых особенностей композиции без траты времени на рисование деталей.

Преподаватель  
Доманов М.В.  
ГАПОУ РО «РКРСТ «Сократ»