

Дизайн, веб-дизайн и SEO-оптимизация

4 Занятие

Смыслы и визуализация. Текст и картинка. Ошибки в сопоставлении визуала и смысла в аккаунтах

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Шрифты

- Шрифт, формирующий смысл и характер бренда
- Способы передачи характера через материал шрифта

Что рассмотрим на занятии

Блок №1 Шрифты

- Шрифт, формирующий смысл и характер бренда
- Способы передачи характера через материал шрифта

Блок №2 Шрифт и картинка. Взаимодействие

- Способы передачи характера через взаимодействие текста и визуального контента. Текст как композиционное пятно
- Вживление шрифта в соцсети, не портя визуал ленты

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Шрифты

- Шрифт, формирующий смысл и характер бренда
- Способы передачи характера через материал шрифта

Блок №3

Как не потерять посыл

- Примеры различия посылов (настроения месседжа) в зависимости от типов фотосъемки для рекламы
- Разговор с покупателем на его языке

Блок №2

Шрифт и картинка. Взаимодействие

- Способы передачи характера через взаимодействие текста и визуального контента. Текст как композиционное пятно
- Вживление шрифта в соцсети, не портя визуал ленты

Что рассмотрим на занятии

Блок №1

Шрифты

- Шрифт, формирующий смысл и характер бренда
- Способы передачи характера через материал шрифта

Блок №3

Как не потерять посыл

- Примеры различия посылов (настроения месседжа) в зависимости от типов фотосъемки для рекламы
- Разговор с покупателем на его языке

Блок №2

Шрифт и картинка. Взаимодействие

- Способы передачи характера через взаимодействие текста и визуального контента. Текст как композиционное пятно
- Вживление шрифта в соцсети, не портя визуал ленты

Блок №4

Почему смотрят, но не покупают?

- Ошибки в расхождении визуалов и смыслов аккаунтов соцсетей
- Ошибки технического характера

Шрифты

Шрифт, формирующий смысл и характер бренда.
Способы передачи характера через материал шрифта

дизайн:

терминология

классификация

синонимы

дизайнеры

ссылки

технология:

форматы

языки

кодировки

инсталляция

программы

для клиентов:

ЛСКП/EULA

цены и скидки

OEM лицензии

клиентская зона

дилерская зона

поддержка:

карта сайта

покупка шрифта

FAQ

задайте вопрос

контакты

help&info

поиск: »

Поиск по всем разделам

терминология

буква: **а б в г д е ж з и к л м н о п р с т у ф х ц ч ш щ з ю я**

А

ascii
автохинтинг
агат
айоник, ионик
акут
акцент
акцидентные шрифты

акциденция
алиасинг
алфавит
альтернативный глиф
амперсанд
англ. антиква старого стиля
английская линейка

английский параграф
англо-американская система
англо-шотландская антиква
антиалиасинг
антиква
антиква нового стиля
антиква старого стиля

апекс
апертура
апостроф
апрош
арабские цифры
ассюре
астериск

дизайн:

терминология

классификация

синонимы

дизайнеры

ссылки

технология:

форматы

языки

кодировки

инсталляция

программы

для клиентов:

ЛСКП/EULA

цены и скидки

OEM лицензии

клиентская зона

дилерская зона

поддержка:

карта сайта

покупка шрифта

FAQ

задайте вопрос

контакты

help&info

поиск: »

Поиск по всем разделам

классификация

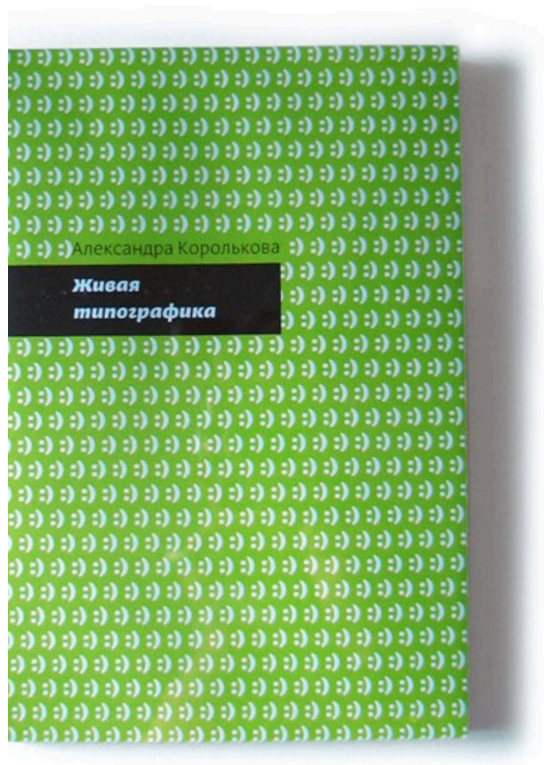
антиква >
 гротески >
 акцидентные >
 рукописные >
 готические >
 старославянские >
 символьные >

« выберите

В настоящее время общепринятая классификация шрифтов отсутствует, поэтому любая схема отражает личное мнение ее составителей. Наша классификация - не исключение; не удивляйтесь, если обнаружите, что она отличается от тех классификационных таблиц, которые дают другие источники.

Классификация шрифтов ParaType основана на классическом подходе, совмещающем морфологические, функциональные и исторические аспекты. Поэтому разделы "Антиква" (морфологическая характеристика), "Акцидентные" (функциональная характеристика) и "Старославянские" (историческая характеристика) располагаются на одном уровне. Такой подход не совсем научен, однако для пользователей шрифтов он является традиционным и

Ee Ee Ee Cg Cp AB C m F e S k S o B a G t



Еще две полезные книги. Типографика



**Все те же вопросы:
Для кого? Какие
визуальные образы?**

Передаем характер через шрифт

Задаем вопрос: Какой?

- Нейтральный
- Агрессивный
- Нежный
- Веселый, смешной
- Детский
- Брутальный
- Эстетский

...



Агрессивный,
грубый



Веселый,
игривый



Эстетский



Нейтральный,
спокойный

Как можно передать характер или настроение

№1

Через способ создания

- Попробовать перо, кисть или маркер (способ рисовки дает разный результат)
- Нарисовать пальцем, вилкой, палочкой
- Нацарапать ножом по бумаге
- Налить водой
- ...

№2

Через материал

- Выложить из подручных средств (тех же карандашей или кисточек)
- Вылепить из пластилина
- Выложить лентой
- Вышить
- Сложить из пуговиц
- Сложить из фруктов / овощей / любой еды
- ...

Приемы, которые также можно использовать

Форма и контр-форма

- Посмотрите на шрифт с разных сторон, может, букву можно поставить крупно, а внутрь поставить картинку?

Леттеринг или персонаж

- Нарисуйте буквы своими руками и наложите их на картинки. Сделанный вручную шрифт всегда уникален
- В еще шрифт может сам стать персонажем!

Буквы и объем

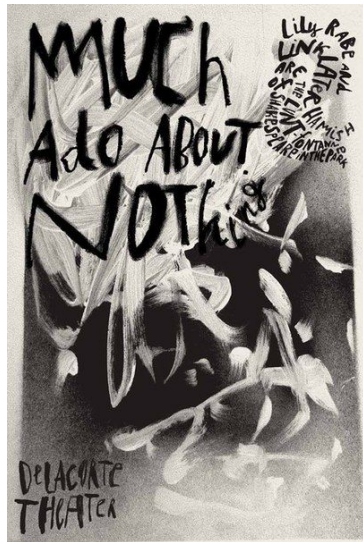
- А что если бы буквы были объемными? У них есть тень? Они прозрачные? Как они выглядят в три четверти? А боком?)

Лишнее убираем

- Можно вырезать кусок из букв, можно просто отрезать части. Отсеките вашей антикве засечки, и получится ваш личный шрифт для бренда. А по-диагонали?



Выложили
из шариков



Нарисовали
кистью



Сделали
на компьютере в 3D



Совместили (+шрифт
становится персонажем)



Михаил Сизов

Маркетолог Digital-проектов

КОНТАКТЫ

smichaelofficial@gmail.com

vk.com/mikhailsoffic

+7 (777) 983 26 98