



ВВЕДЕНИЕ

Бионическое формообразование играет давно большую роль в дизайне, с появлением технологий дизайнеры, создают логотипы, плакаты, основываясь на том что видно всегда рядом - природа. Не зря говорят, что лучший художник — это природа. Именно она создаёт формы, идеи, которые потом мы, люди используем в своих проектах.

Целью данной работы является: понять, что такое бионика в графическом дизайне, как и где она применяется, ведь многие приписывают бионике слишком много изотерических качеств, в то время, когда она является эталоном эстетических форм. Природный аналог придаёт эстетический вид закономерностей. К ним нужно подходить творчески, иначе не удастся получить желаемый результат.

В современном мире бионика в графическом дизайне играет большую роль, но насколько же глубоко она влияет на создание творческих идей? Ведь сейчас многие люди решаются перейти на эко дизайн, экологическое потребление, тем самым пытаюсь спасти нашу природу и берут идеи из самой природы. И так же рост внимания к индивидуальным особенностям человека эта тема как никогда актуальна.

Бионика формообразование.

Биологическое формообразование делиться на архитектурную бионику и техническую бионику. *Архитектурная бионика исследует законы и принципы формообразования живой природы с целью их применения в архитектуре. Техническая бионика исследует закономерности функционирования и особенности конструкции форм живой природы с целью их применения при решении инженерных задач в предметной среде человека. Их законы применяются в проектировании товарных знаков.*

Поиски в бионическом формообразовании начинаются с исследования принципов строения и функций форм в природе. Разнообразии этих форм вдохновляет уже не одно поколение людей. Например, оболочки скорлупы дизайнеры применяют в

строительстве куполов церквей, крылья птиц стали прототипом летающие аппараты, растение «репейник» подарила нам застёжку липучку, подводные животные способствовали созданию подводных аппаратов и т.д. Принцип всего это – все что есть в природе, человек может заимствовать и создавать новые изобретения.

Так же не мало важны являются фактуры, текстуры и орнамент в бионическом формообразовании. В графическом дизайне фактура и текстура - это приём, представляющий собой частый повтор одинаковых или чередующихся элементов, имитирующий внешнее или внутреннее состояние материала. Орнамент обладает символично-ассоциативным характером и стилистическими признаками. Можно создать логотип, в котором повторяется какой-либо орнамент, либо же в нём есть текстура дерева.

Бионический товарный знак

Товарный знак как объект графического дизайна – это, прежде всего, графическая форма, представляющая собой композицию линий, точек, фигур, имеющих фактуры, тональные и цветовые сочетания.

Методические основы формообразования знаковых изображений на основе природных форм были разработаны в 1980-х годах В.М. Волошко. В 2008 году Т.А. Мазуриной впервые были сформулированы принципы «бионического подхода в дизайне товарных знаков» и разработана методика бионического проектирования товарных знаков.

Этапы проектирования это - выявление исходных внешних и смысловых признаков природных объектов, способных символизировать направление деятельности предприятия, особенности товара или услуг и т.д.; композиционный поиск (орнаментация природной формы, выявление особенностей силуэта, создание композиционного ключа, пластическая стилизация знаковых изображений, вписание их в геометрические фигуры, проектирование бионического шрифта, достижение оптимальной степени условности, достижение необходимой степени объяснимости).

Используя графический материалы можно создавать самые мелкие детали объекта, так же применяются смешанные техники, которые обобщают форму, так же орнаментация изображения помогает выявить их фактурно-образные характеристики. Так же используется композиционный ключ- композиция характеризующая главные признаки объекта с помощью всех необходимых средств

композиции.

Дизайнер, создавая фантастического животного начинает со с создания новой формы, названия, а потом уже, если захочет, её предназначения, среду обитанию. Важно вписывать стилизованные природные объекты в геометрические фигуры, читабельность объекта, не терять образ животного и пропорционально-модульная организация. Результат всего этого получение вариантов товарных знаков – иконических знаков и знаков-индексов. В первом варианте приобретает роль внешние признаки, во-втором же смысловые признаки.

2.5 Объёмный товарный знак.

Существуют и объёмные товарные знаки, примеры того это коробка из под сока «Л» компании «Вимм-Билль-Данн Брендс», вытянутый параллелепипед с срубленными и сглаженными краями и вытянутыми вверх углами. Именно эта форма коробки, может использоваться только этой компанией, другой пример стеклянная бутылка фирмы «Coco-Cola», суженная в низу и вверху форма даёт нам узнать, что именно этой фирмы стоит товар.

Трёхмерная композиция создаётся с помощью объёмного макета на основе плоского объекта с помощью трансформации бумаги, чаще всего это делается в специализированных программах.

Заключение

Если разбирать товарный знак в бионическом формообразовании, применяются растения, животные и люди. Чаще всего используется растения или животные. Например, у компании «Vacation» присутствует в логотипе формы море, пальма, горы и солнца, что даёт нам понять данный образец использовался с применением природных форм, компания «Lacoste» использует животного, в данном случае крокодила, в логотипе, аптека «эко аптека» использует в товарном знаке листья, что так же является бионической формой. Если взять компанию связанную с молочной продукцией, дизайнер создаёт товарный знак с использованием животного и текстуры её шкуры.

Подводя итог, можно сказать, что графический дизайнер тесно связан с бионикой, ведь рассматривая, что вокруг нас, можно создать множества прекрасного. Начиная от текстур, заканчивая объёмным знаком.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература.

1. Дизайн: история и теория : учеб. пособие для студентов архитектурных и дизайнерских специальностей / Н. А. Ковешникова. — 5-е изд., стер. - М. : Издательство «Омега-Л», 2009. -224 с. : ил. - (Университетский учебник). ISBN 978-5-370-01250-1
2. Бионическое формообразование в графическом дизайне / Т. А. Мазурина — «БИБКОМ», 2009
3. Бионическое формообразование в графическом дизайне: изобразительный товарный знак на основе природной формы: методические указания / Т.А. Мазурина, Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2013. – 36 с.