**“Журналистика и графический дизайн: теория и практика”**

На сегодняшний день медиасреда заполнена большим количеством форматов и рубрик, и к каждому её разделу необходимо создавать визуальное оформление. С этой задачей справляется графический дизайн – прикладная дисциплина, к которой обращаются представители самых разных профессий. Во время практики дизайнеры часто сталкиваются с разного рода проблемами, из-за которых конечный результат может отличаться от ожидаемого – например, это может быть потеря качества подготавливаемого макета или искажение цветов при печати. Для того, чтобы избежать возникновение подобных случаев, во время работы необходимо регулярно контролировать некоторые составляющие макета: соответствие макета брендбуку, цветовое пространство и размеры холста, на котором создается иллюстрация.

В рамках доклада на конференции будут освещены особенности применения навыков графического дизайна на практике:

1. **Брендбук (руководство фирменным стилем) и гайдбук**. Одним из важных документов, с которыми работает дизайнер, является брендбук. Это особая “энциклопедия”, содержащая точную информацию об особенностях использования фирменных визуальных компонентов организации. Так, работая по брендбуку, дизайнер может считывать особенности оформления графических макетов и не нарушать общий визуал айдентики организации. Гайдбук – это документ, который зачастую путают с брендбуком, однако в них заложены кардинально разные цели. Если брендбук демонстрирует правила использования фирменного стиля, то в гайдбуке содержится детальная инструкция, согласно которой можно воссоздать оригинальный фирменный стиль, не упустив при этом ни одного элемента. Таким образом, если сравнивать эти два документа с другими терминами, то брендбук можно назвать “энциклопедией” фирменного стиля, а гайдбук – “инструкцией”. На примере руководства фирменным стилем факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова можно рассмотреть основные составляющие этого документа: шрифты, цвета, допустимое и недопустимое использование логотипа, фоны для презентаций, печати и публикаций в Интернете.
2. **Подготовка макетов к печати. Цветовые модели.** Во время работы над макетами важно знать, для каких целей и платформ они подготавливаются. Так, если дизайн будет впоследствии опубликован в Интернете, при создании холста в графическом редакторе необходимо устанавливать определенные параметры его размера, а также экспортировать итоговый макет в определенном разрешении, чтобы не потерять качество отображаемых элементов. Если дизайнер готовит макет к печати, то, помимо вышеуказанных задач, необходимо следить за тем, чтобы вёрстка осуществлялась в определенном цветовом пространстве, предназначенном для печати. Чаще всего в крупных графических редакторах (например, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Indesign) представлены две цветовые модели – RGB (red, green, blue) и CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key color). RGB – это режим, наиболее точно отображающий особенности смешивания цветов на компьютерных мониторах и LED-дисплеях, поэтому при подготовке макета к публикации в Интернете необходимо выбирать этот режим. В режиме CMYK цвета не смешиваются, а “вычитаются”, используя в качестве стартового оттенка стандартный белый цвет – именно поэтому данная цветовая модель наиболее часто используется в полиграфии. На примере нескольких иллюстраций и плакатов рассматривается, как именно отражаются на макете некоторые ошибки дизайнера.
3. **Уникальные макеты и социальные сети.** В результате развития социальных сетей дизайнеры часто сталкиваются с вызовами, обусловленными большой рубрикацией и необходимостью создать уникальное визуальное оформление для каждой из рубрик. На практике разрабатывается макеты, отвечающее стилистике брендбука организации, но и визуально отличающиеся друг от друга. В качестве подтверждения данного тезиса рассматриваются публикации в группах во ВКонтакте “ППП Журфака МГУ” и “Журфак МГУ”, которые содержат и сходства, и различия.
4. **Универсальность использования иллюстраций в работе.** Подводя итог сказанному, можно сделать вывод, что профессиональная практика дизайнера включает в себя необходимость обладать рядом навыков. Так, создавая ряд макетов в соответствии с определенным брендбуком, можно выделить один или несколько элементов, которые будут регулярно фигурировать в различных макетах. Например, рассматривая публикации в группах во ВКонтакте “ППП Журфака МГУ” и “Журфак МГУ”, можно сделать вывод, что это могут быть часть логотипа или же сам логотип, детали архитектуры и внутреннего убранства. Более того, в руководстве фирменным стилем факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова допускается использование логотипа и его составляющих в качестве элементов оформления различных макетов, отчего его использование на практике является оправданным решением.