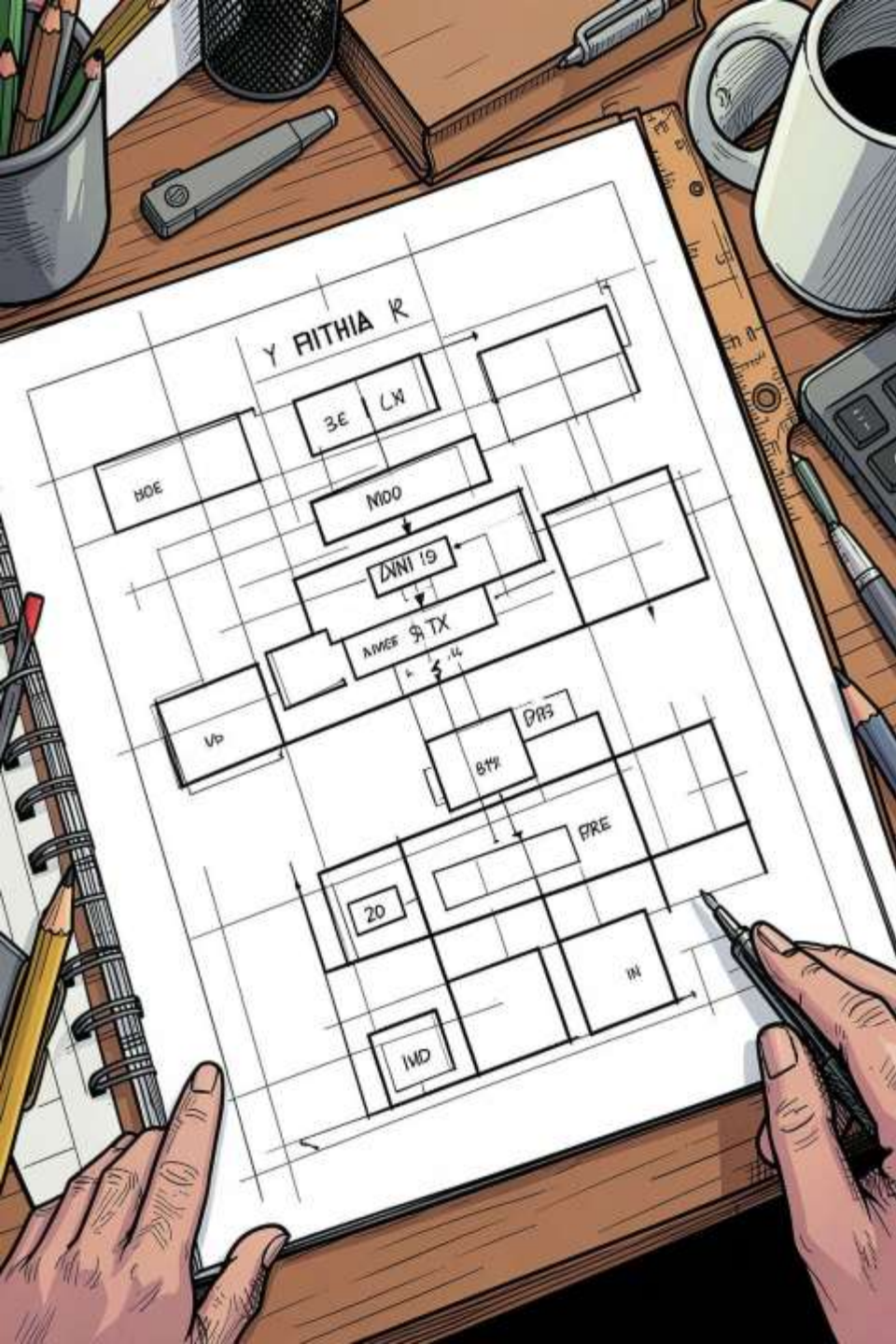




Композиция в дизайне

Композиция в дизайне — это каркас, на котором держится весь макет. Она задаёт порядок: что зритель увидит первым, куда пойдёт взгляд дальше и когда дойдёт до финального действия.

- ❏ **Важно:** Композиция — это система. Все принципы работают вместе. Если есть контраст, но нет баланса — макет хаотичен. Если есть ритм, но нет акцента — зритель не понимает, куда смотреть.

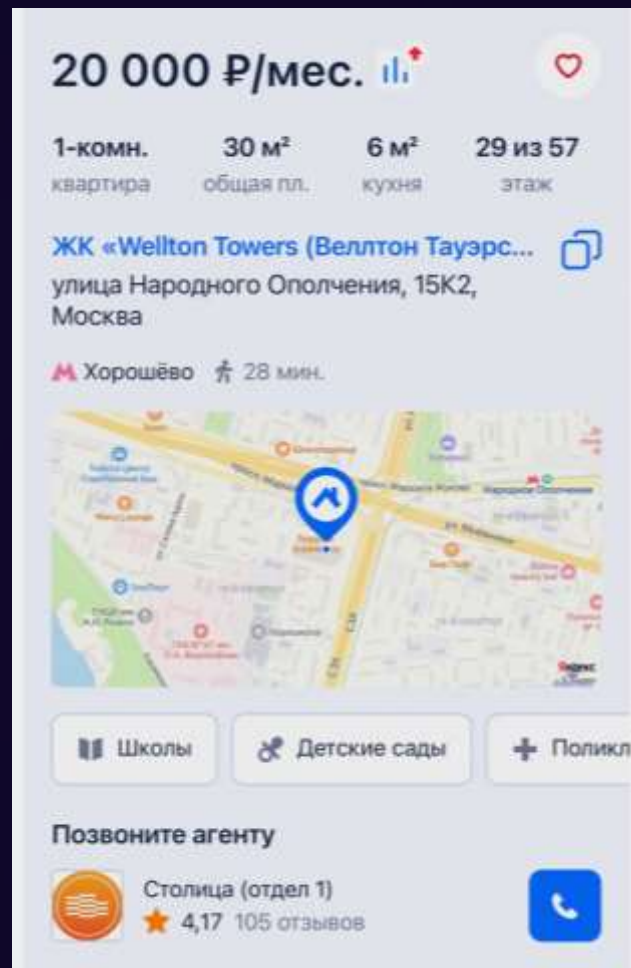
А. Ось ориентации и гравитация чтения

Направление чтения

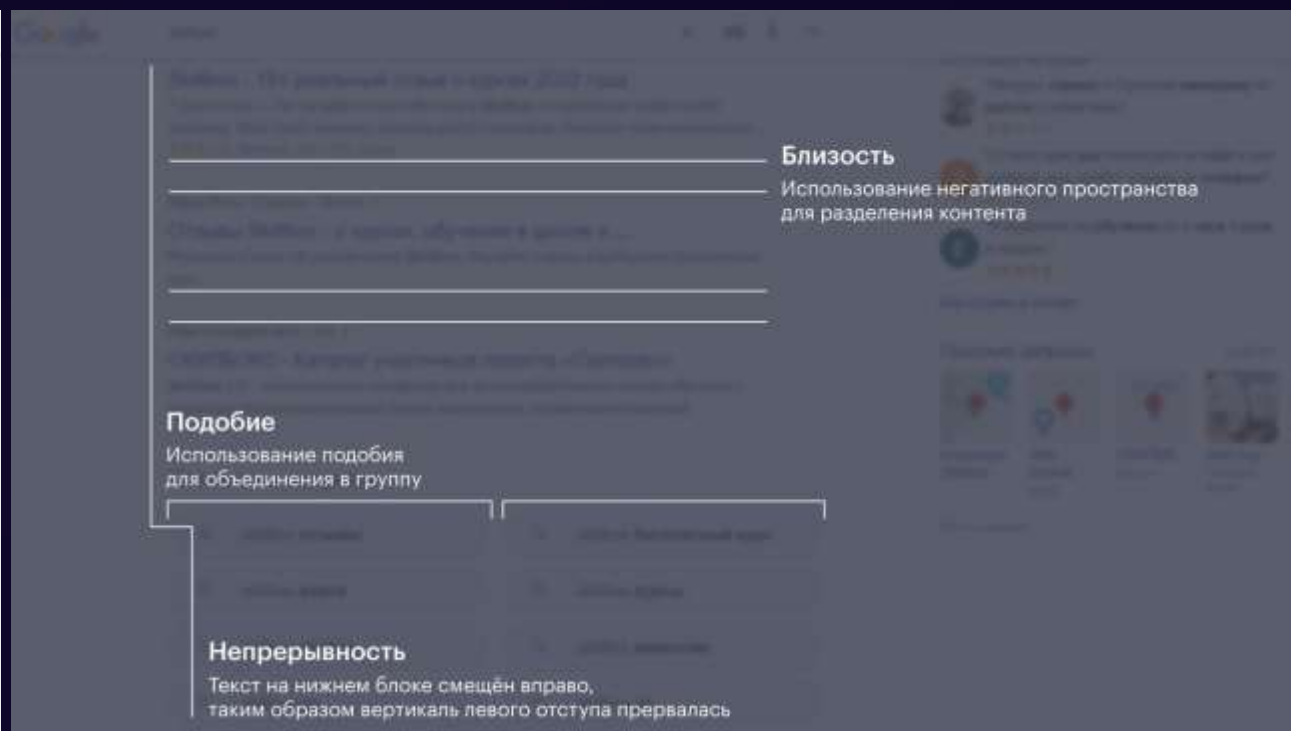
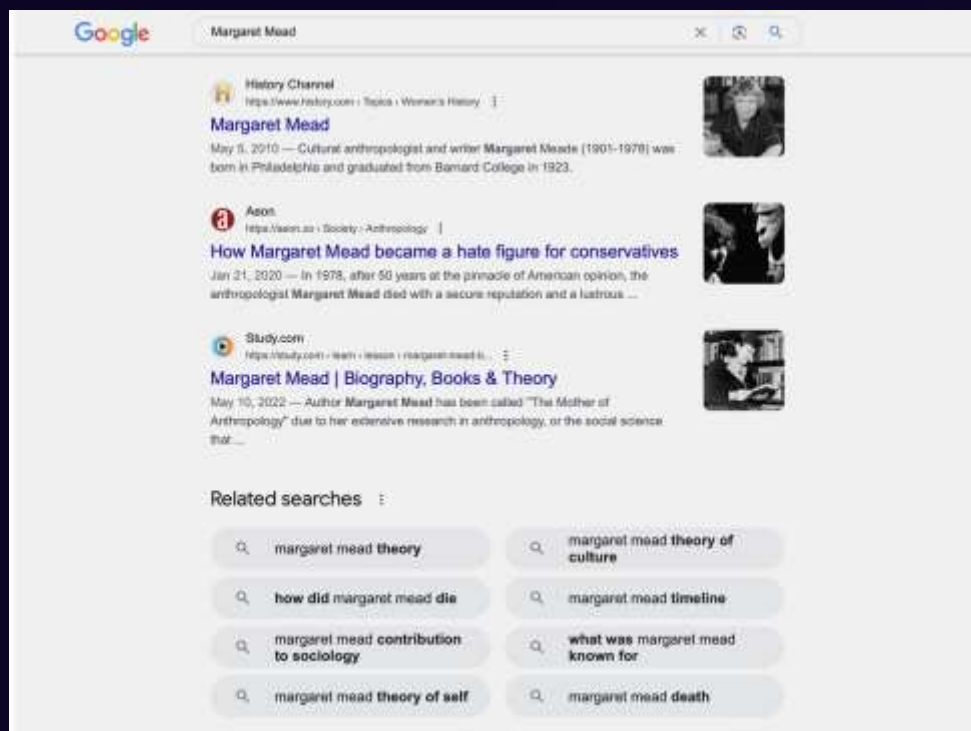
Мы читаем слева направо и сверху вниз. Поэтому левый верхний угол — начало, правый нижний — завершение.

Диагонали

Диагональ из левого верхнего в правый нижний — нисходящая, обратная — восходящая.



А. Ось ориентации и гравитация чтения



Б. Законы гештальта (объединение элементов)

Мозг стремится упростить восприятие и объединяет объекты:

Сходство

Одинаковые по форме, цвету или размеру элементы воспринимаются как группа.

Близость

Объекты рядом кажутся связанными сильнее, чем далёкие.

Выравнивание (продолжение)

Элементы на одной линии достраиваются в последовательность.

📄 **Пример:** каталог Wildberries — карточки одинакового размера мгновенно считываются как единый блок.

Законы гештальта (объединение элементов)



Законы гештальта (объединение элементов)



1. ДОМИНАНТА, АКЦЕНТЫ И ДИАГРАММА ГУТЕНБЕРГА

А. Доминанта

Главный элемент макета, на котором зритель останавливает взгляд первым. Это может быть заголовок, фото продукта, лицо на постере. Остальные элементы поддерживают доминанту, а не спорят с ней.



1. ДОМИНАНТА, АКЦЕНТЫ И ДИАГРАММА ГУТЕНБЕРГА

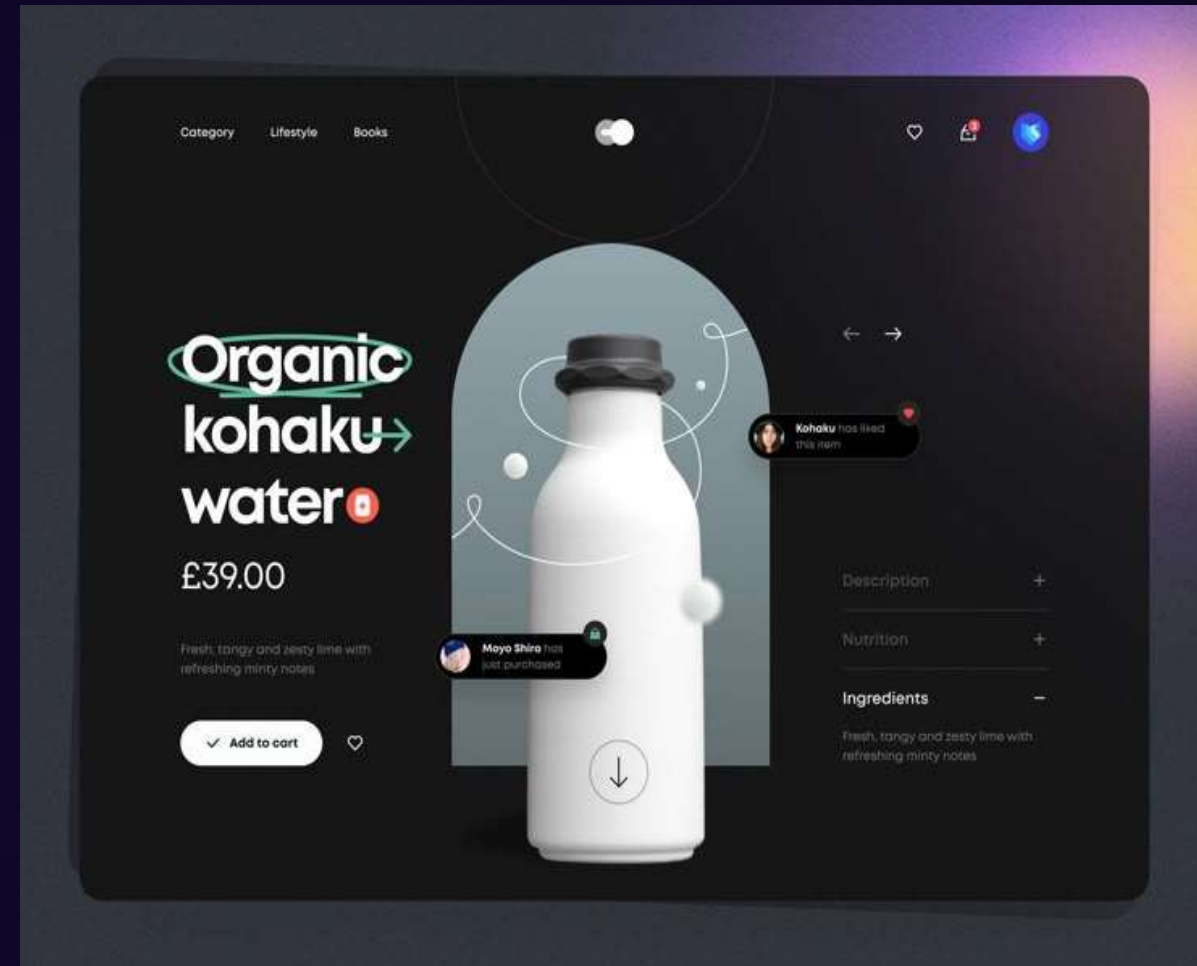
А. Доминанта

Зачем нужна доминанта:

- Управление вниманием: помогает зрителю понять, куда смотреть в первую очередь.
- Структура: создает четкую визуальную иерархию, избавляя макет или пространство от хаоса.

Как создать доминанту:

- Размер и масса: доминанта должна быть крупнее остальных элементов.
- Контраст: выделяется цветом, формой, яркостью или текстурой на фоне остального окружения.
- Расположение: чаще размещается в ключевых точках композиции (например, по правилу третей или в центре).



1. ДОМИНАНТА, АКЦЕНТЫ И ДИАГРАММА ГУТЕНБЕРГА

А. Доминанта



Б. Акценты

Контрастные детали, которые подчёркивают главное: цвет, форма, размер, фактура. Это не всегда огромный объект — иногда яркая кнопка или цена.



Цвет



Форма



Размер



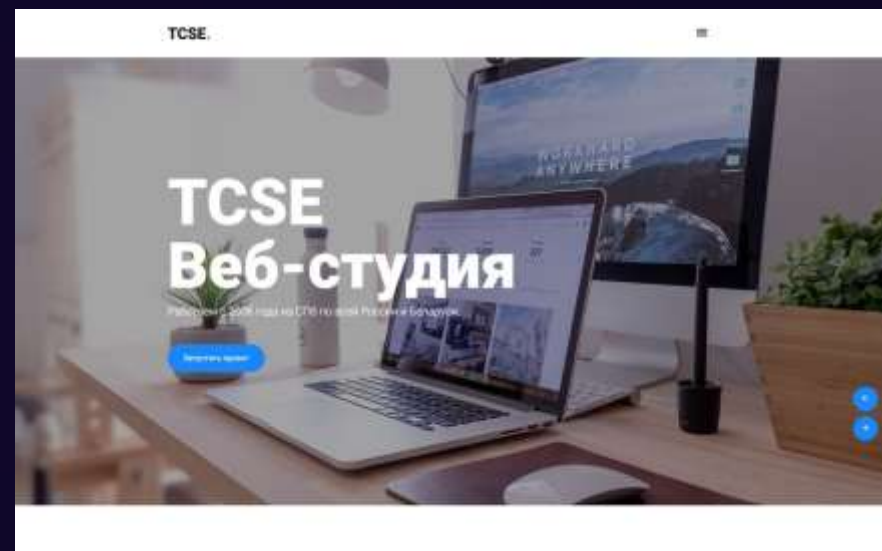
Фактура

1. ДОМИНАНТА, АКЦЕНТЫ И ДИАГРАММА ГУТЕНБЕРГА

Б. Акценты

Зачем нужен акцент:

- Управление взглядом: помогает зрителю считывать второстепенную, но важную информацию (например, кнопку заказа, важную сноску или декор в комнате).
- Разрушение монотонности: избавляет макет или интерьер от скуки и однообразия.
- Создание настроения: задает динамику, ритм и характер всему проекту.



Б. Акценты

Как создать акцент

- Цветом: использование яркого или контрастного оттенка на фоне нейтральной цветовой гаммы (например, красная кнопка на сером сайте).
- Формой: введение элемента, который отличается от остальных по геометрии (например, круг среди множества квадратов).
- Текстурой или фактурой: выделение объекта за счет материалов (например, глянцевая деталь на матовом фоне или кирпичная стена в гладком интерьере).
- Свободным пространством: окружение важного элемента «воздухом» (пустотой), из-за чего он сразу бросается в глаза.
- Шрифтом: изменение начертания (жирный, курсив) или размера текста для ключевого слова.



В. Диаграмма Гутенберга

Взгляд движется по диагонали:

Левый верхний угол

Зона повышенного внимания. Здесь размещают логотип или главную информацию.

Правый верхний угол

Вторая зона: контакты, поиск, важная кнопка.

Левый нижний угол

Слабая зона: второстепенная информация.

Правый нижний угол

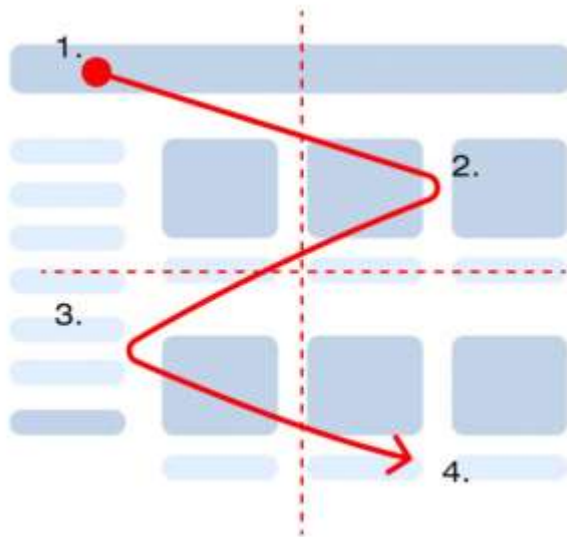
Зона выхода: призыв к действию, кнопка.

📄 **Пример:** баннер «Додо Пицца», реклама со скидкой, заголовком и кнопкой «Подробнее».

В. Диаграмма Гутенберга

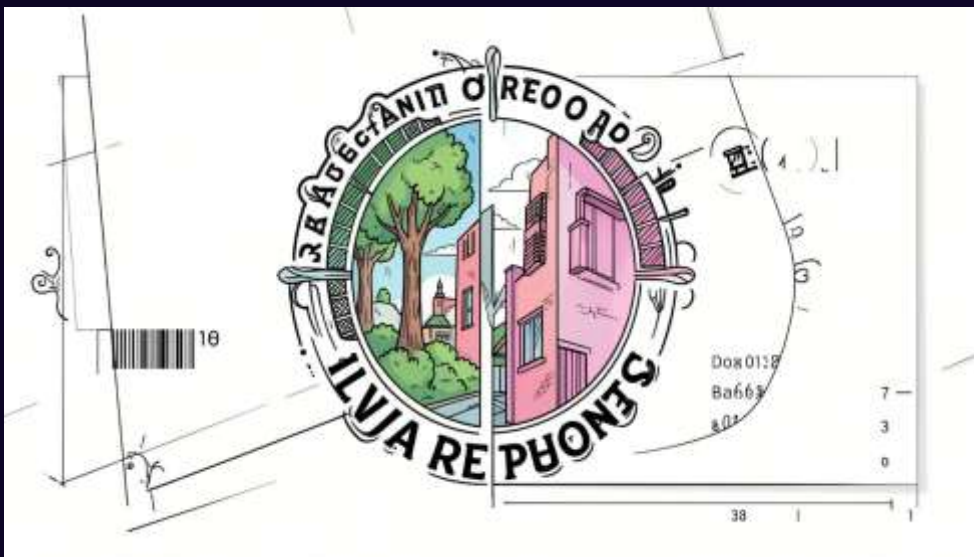
Или диагональ Гутенберга. Термин, пришедший из маркетинга. Чаще это понятие употребляют, когда говорят о создании сайтов, плакатов, афиш или билбордов.

Наш взгляд двигается в определенном направлении — из верхнего левого угла в правый нижний. К каждой из зон наше внимание будет разным.



1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Баланс



Зеркальное расположение элементов относительно центральной оси. Даёт ощущение порядка и устойчивости. Используется в логотипах, визитках, брендовых знаках.

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Баланс



От чего зависит визуальный вес:

- Размер: Крупные объекты всегда тяжелее мелких.
- Цвет и контраст: Насыщенные, темные или теплые оттенки перетягивают внимание и весят больше нейтральных.
- Форма и детализация: Сложные, уникальные фигуры и объекты с большим количеством мелких деталей кажутся тяжелее простых геометрических форм.
- Оптический баланс: Из-за особенностей восприятия геометрически равные фигуры могут выглядеть по-разному (например, квадрат кажется крупнее круга того же размера).

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

А. Симметричный баланс



Зеркальное расположение элементов относительно центральной оси. Даёт ощущение порядка и устойчивости. Используется в логотипах, визитках, брендовых знаках.

А. Симметричный баланс



Для чего используется симметричный баланс: Симметрия подсознательно ассоциируется у человека с природой (лица, бабочки, отражение в воде) и архитектурой. Ее выбирают для передачи следующих смыслов:

- Официальность и статус: Подходит для государственных органов, премиальных брендов, ювелирных домов или юридических компаний.
- Стабильность и безопасность: Внушает доверие, поэтому часто применяется в банковской сфере, архитектуре и медицине.
- Гармония и покой: Композиция не заставляет взгляд метаться, она предсказуема, эстетична и снижает визуальное напряжение.
- Фокус на главном: Взгляд зрителя автоматически стремится к центру (оси симметрии), где обычно располагается ключевой элемент.

А. Симметричный баланс



Как создать симметричный баланс. Чтобы симметричный макет выглядел профессионально, а не скучно, следуйте этим шагам:

- Определите центральную ось. Проведите невидимую (или направляющую) линию по вертикали или горизонтали строго по центру холста.
- Разместите главный якорь. Поместите самый важный элемент (логотип, заголовок, ключевой продукт) прямо на линию симметрии.
- Дублируйте элементы по сторонам. Если вы ставите текстовый блок или иконку слева от оси, точно такой же блок должен появиться справа на том же расстоянии.
- Соблюдайте отступы. Свободное пространство вокруг элементов тоже должно быть симметричным. Одинаковый «воздух» слева и справа — залог чистого макета.
- Используйте сетку. Всегда включайте модульную сетку в графических редакторах, чтобы выравнивать объекты пиксель в пиксель.

А. Симметричный баланс



💡 Лайфхак для живого дизайна (Приближенная симметрия): Строгая, идеальная симметрия может казаться слишком статичной («мертвой»). Чтобы оживить макет, используйте приближенную симметрию: сохраняйте одинаковую форму и массу объектов по бокам, но слегка меняйте их содержание. Например, слева и справа у вас одинаковые по размеру текстовые блоки, но с разным текстом, или две одинаковые карточки товара, но с разными изображениями.

Б. Асимметричный баланс

Стороны разные по весу, но уравновешены. Например, крупный объект слева уравновешивается несколькими мелкими справа. Выглядит динамичнее и «живее».



Б. Асимметричный баланс

Для чего используется асимметричный баланс. Асимметрия — это язык современного, живого и смелого дизайна. Ее выбирают, чтобы:

- Создать динамику и движение: Макет кажется активным, развивающимся и интригующим. Взгляд зрителя не стоит на месте, а «путешествует» по заданной траектории.
- Управлять вниманием: Вы можете четко указать зрителю, куда посмотреть в первую очередь, куда во вторую, создавая сильные акценты.
- Передать креативность и современность: Идеально подходит для стартапов, фэшн-индустрии, искусства, развлекательных проектов и технологических брендов.
- Сделать макет уникальным: Асимметрию сложнее спроектировать, поэтому такой дизайн выглядит более индивидуально и запоминается лучше, чем стандартная симметрия.



Б. Асимметричный баланс

Как создать асимметричный баланс. Главный принцип асимметрии: «один тяжелый объект уравновешивается несколькими легким). Основные приемы, как этого добиться:

- **Размер и количество:** Разместите один крупный элемент (например, большую фотографию) на одной стороне макета. Уравновесьте его группой из нескольких мелких элементов (заголовков, кнопка, абзац текста) на противоположной стороне.
- **Цвет и контраст:** Маленькое пятно яркого, насыщенного цвета (например, неово-оранжевая кнопка) способно визуальнo уравновесить массивный блок серого или черного цвета.
- **Пространство (Воздух):** Вы можете оставить одну часть макета свободной. Большое количество «негативного пространства» (пустоты) обладает огромным визуальным весом и легко уравновешивает плотный, детализированный блок с другой стороны.
- **Текстура и форма:** Небольшой элемент сложной, необычной формы (или с активной текстурой) притягивает столько же внимания, сколько простая, но крупная геометрическая фигура.
- **Позиция относительно центра:** Чем ближе элемент к краю макета, тем «тяжелее» он кажется. Небольшой объект у самого края может уравновесить крупный объект, расположенный ближе к центру.

).



Б. Асимметричный баланс

💡 Как проверить баланс: Прищурьтесь и посмотрите на свой макет. Элементы превратятся в размытые пятна. Если вам кажется, что одна сторона макета визуально «перевешивает» и падает, добавьте на противоположную сторону немного «веса» (увеличьте шрифт, добавьте графический элемент или увеличьте отступы).



1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

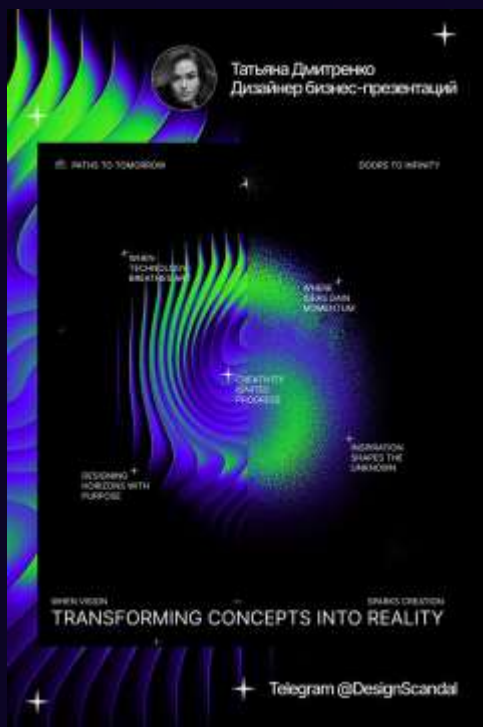
В. Радиальный баланс



Элементы размещаются вокруг центра, как солнечные лучи. Внимание притягивается к центру. Используется в постерах, обложках альбомов, декоративных композициях.

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

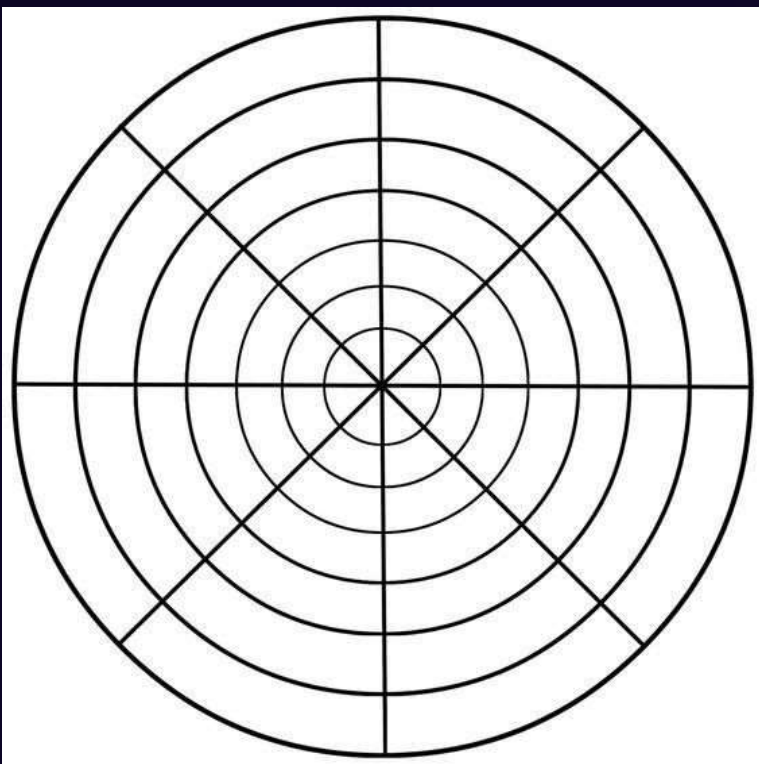
В. Радиальный баланс



Для чего используется радиальный баланс. Радиальный дизайн обладает мощной визуальной силой и используется для решения конкретных задач:

- Абсолютный фокус на главном: Центральная точка становится мощнейшим визуальным магнитом. Зритель физически не может ее проигнорировать, так как все элементы «указывают» на нее.
- Иллюзия движения и гипнотический эффект: Круговые и спиральные паттерны создают ощущение вращения, пульсации, взрыва или погружения вглубь макета.
- Передача энергии и жизни: Ассоциируется со структурой живой природы (подсолнух, ракушка аммонита, водоворот, срез дерева) и космосом (галактики, солнечные лучи).
- Торжественность и сакральность: Часто применяется для создания эмблем, печатей, наград, мандал, а также в архитектуре (витражи «роза» в готических соборах, купола).

В. Радиальный баланс



Как создать радиальный баланс :

- Найдите идеальный центр: Определите геометрический или оптический центр вашего холста. Поместите туда самый важный элемент — фокусную точку (логотип, ключевое слово, портрет, центральный символ).
- Постройте направляющие лучи: Используйте круговые сетки или лучевые линии, расходящиеся от центра под одинаковыми углами (например, каждые 30 или 45 градусов).
- Распределите элементы по кругу: Размещайте повторяющиеся объекты вдоль этих лучей или по концентрическим окружностям. Это могут быть лепестки, лучи, текстовые блоки по дуге или иконки.
- Управляйте масштабом: Чтобы усилить глубину (эффект 3D или тоннеля), делайте элементы крупнее по мере приближения к краям макета и мельче у центра (или наоборот, для эффекта взрыва).
- Используйте правило повторения: Чтобы радиальный баланс считывался, элементы, идущие по кругу, должны иметь схожую форму, цвет или размер.
- 💡 Лайфхак для динамики: Центр радиального баланса необязательно должен быть строго в центре холста. Вы можете сместить его в угол или к краю страницы. В таком случае зритель увидит лишь часть круговой композиции, что сделает макет более современным, асимметричным и кинематографичным (эффект восходящего солнца или падающего метеорита).

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Г. Правило третей

Изображение делится на 3 части по вертикали и горизонтали. Главные объекты размещаются на линиях или пересечениях. Это делает композицию динамичнее и естественнее строгой симметрии. Применяется в фотографии, рекламе, плакатной графике.



Г. Правило третей

Для чего используется правило третей. Правило пришло в графический и веб-дизайн из классической живописи и фотографии. Его используют, чтобы:

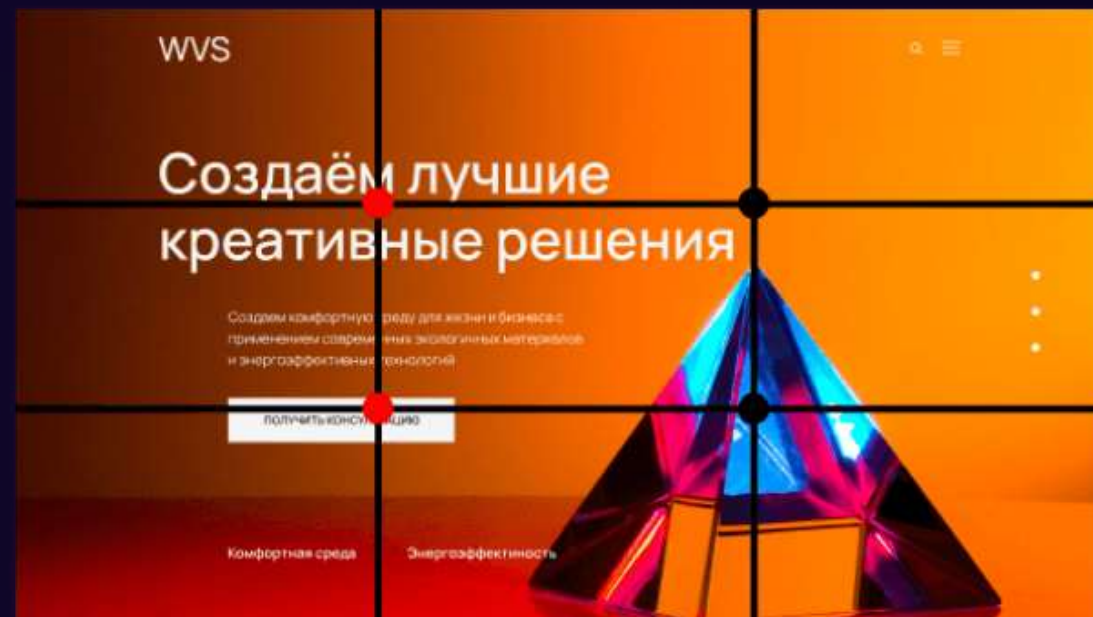
- Управлять взглядом: Глаз человека подсознательно в первую очередь падает на точки пересечения линий, а не на геометрический центр холста.
- Избавиться от скучной симметрии: Макет становится более «живым» и кинематографичным, но при этом сохраняет строгий визуальный порядок.
- Создать правильную иерархию: Помогает дизайнеру четко разделить макет на зоны (где разместить объект, а где оставить свободное пространство для текста).



Г. Правило третей

Как создать макет по правилу третей. В основе правила лежит простая сетка, которую можно построить в любом графическом редакторе:

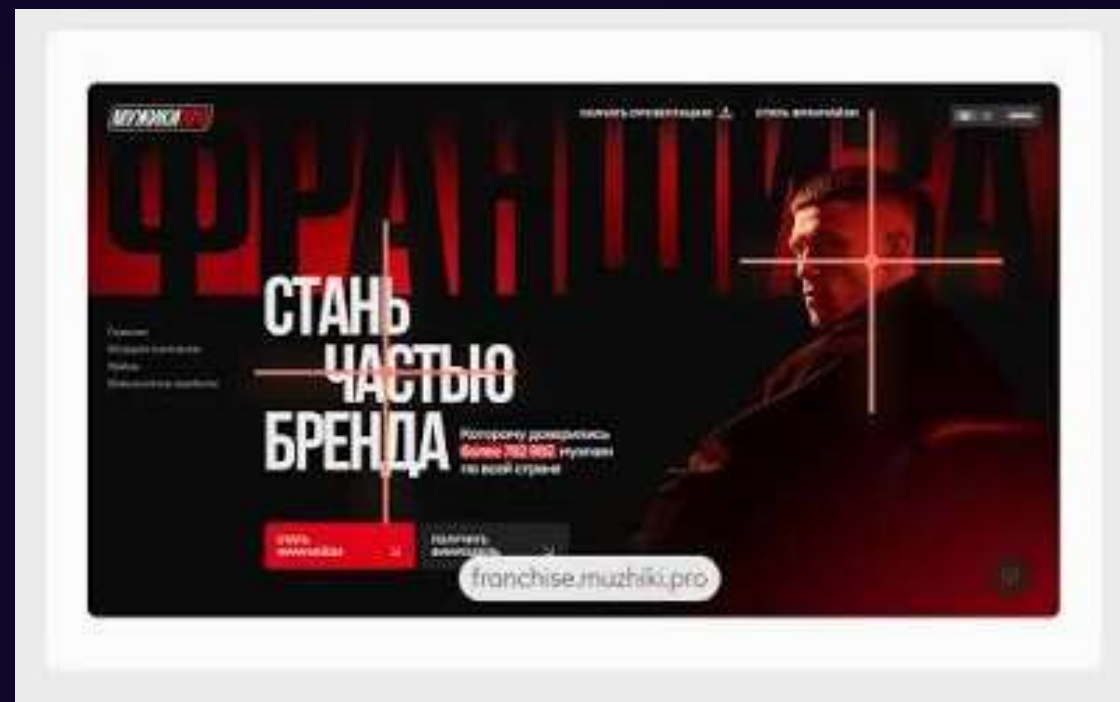
- Разделите холст на 9 равных частей. Проведите две горизонтальные и две вертикальные линии на одинаковом расстоянии друг от друга (в пропорции 1:1:1).
- Найдите «точки силы». Четыре точки, в которых пересекаются эти линии, называются зрительными центрами. Именно в них (или максимально близко к ним) нужно располагать самые важные объекты макета.
- Используйте линии как ориентиры: В веб-дизайне и баннерах: Разместите ключевой объект (например, лицо модели или товар) вдоль левой или правой вертикальной линии. Противоположную сторону (оставшиеся две трети) займите заголовком и кнопкой действия.
- В пейзажах и фото: Располагайте линию горизонта не строго по центру, а вдоль нижней или верхней горизонтальной линии (в зависимости от того, на чем акцент — на земле или на небе).



1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Г. Правило третей

Главный секрет успеха: Не пытайтесь задействовать сразу все четыре точки силы — это перегрузит макет. Выберите одну или две главные точки для ключевых акцентов (например, лицо человека в правой верхней точке, а кнопка заказа — в левой нижней), а остальное пространство оставьте «дышать».



1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Д. Золотое сечение



Золотое сечение — это математическое соотношение пропорций, которое воспринимается человеческим глазом как эталон гармонии, красоты и природного совершенства. Если в правиле третей холст делится на равные части (33% / 33% / 33%), то в золотом сечении пропорции делятся в соотношении примерно 62% на 38%.

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Д. Золотое сечение

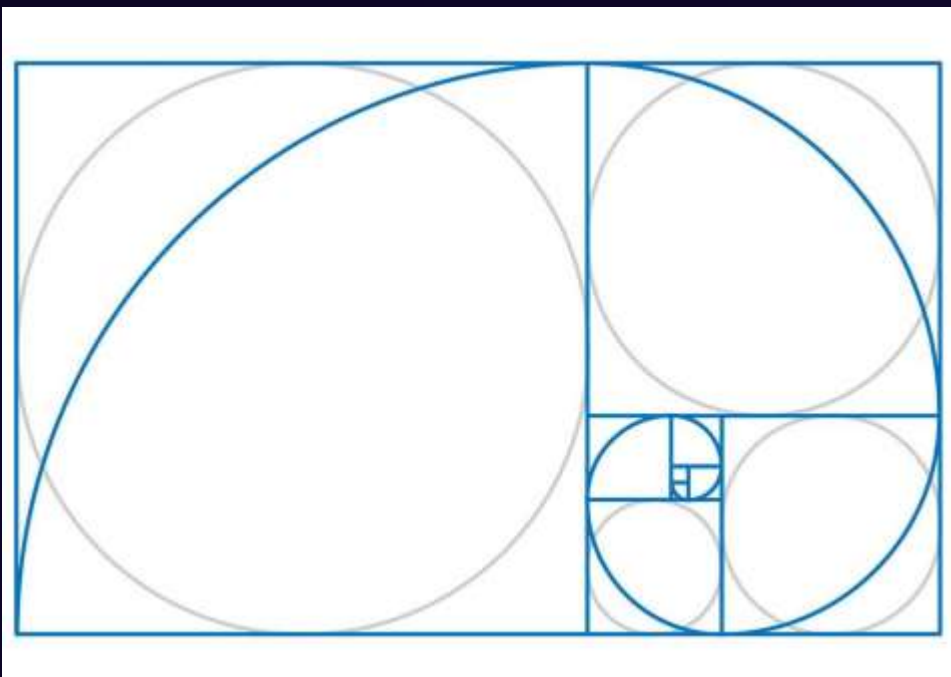


Дизайн на основе золотого сечения подсознательно кажется зрителю «правильным», профессиональным и эстетически безупречным. Выстроить безупречную типографику:

- Помогает рассчитать идеальные размеры шрифтов (заголовков, подзаголовков и основного текста) относительно друг друга.
- Разработать запоминающийся логотип: Геометрия таких логотипов (например, Apple, Pepsi, Twitter, National Geographic) легко считывается и надолго врезается в память.
- Спланировать интерфейс (UX/UI): Позволяет гармонично распределить пространство между контентом и боковыми панелями на сайтах и в приложениях.

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Д. Золотое сечение



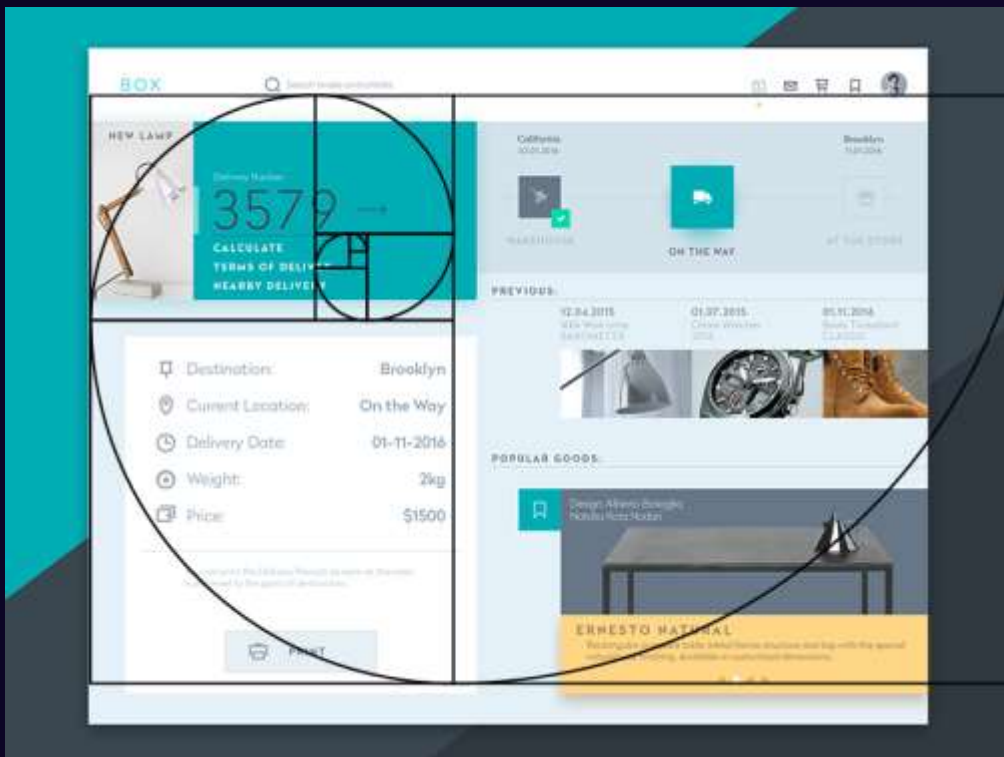
В дизайне применяются три основных производных от золотого сечения:

1. Золотой прямоугольник и спираль Фибоначчи. Это прямоугольник, соотношение сторон которого равно 1:1,618. Если отрезать от него идеальный квадрат, останется уменьшенный золотой прямоугольник. Если продолжить это деление и провести плавную линию через углы квадратов, получится знаменитая золотая спираль. Как применить: Используйте спираль как карту движения взгляда. Поместите самый важный элемент (фокусную точку, логотип) в центр закручивания спирали, а менее важные элементы пустите вдоль ее плавных изгибов.
2. Пропорции в типографике (Шрифтовые пары). Чтобы найти идеальный размер заголовка к вашему тексту, используйте коэффициент 1,618. Как рассчитать: Если ваш основной текст равен 16 px, умножьте его на 1,618. Вы получите примерно 26 px — это идеальный размер для подзаголовка. Умножьте 26 на 1,618 еще раз — получите 42 px (идеальный размер главного заголовка).
3. Сетка золотого сечения. Она похожа на сетку правила третей, но центральные линии расположены ближе друг к другу. Вместо деления 1:1:1 холст делится в соотношении 1 : 0,618.
 1. Как применить в веб-дизайне: Разделите ширину экрана (например, 1920 px) на 1,618. Вы получите примерно 1186 px. Это идеальная ширина для блока с основным контентом. Оставшиеся 734 px — идеальная ширина для боковой панели (сайдбара).

💡 Совет для упрощения работы: Чтобы не считать всё вручную, дизайнеры используют готовые инструменты. Вы можете скачать SVG-шаблон «Золотой спирали» и просто накладывать его поверх своего макета в Figma или Photoshop как трафарет, подгоняя под него элементы.

1. БАЛАНС И ПРАВИЛО ТРЕТЕЙ

Д. Золотое сечение

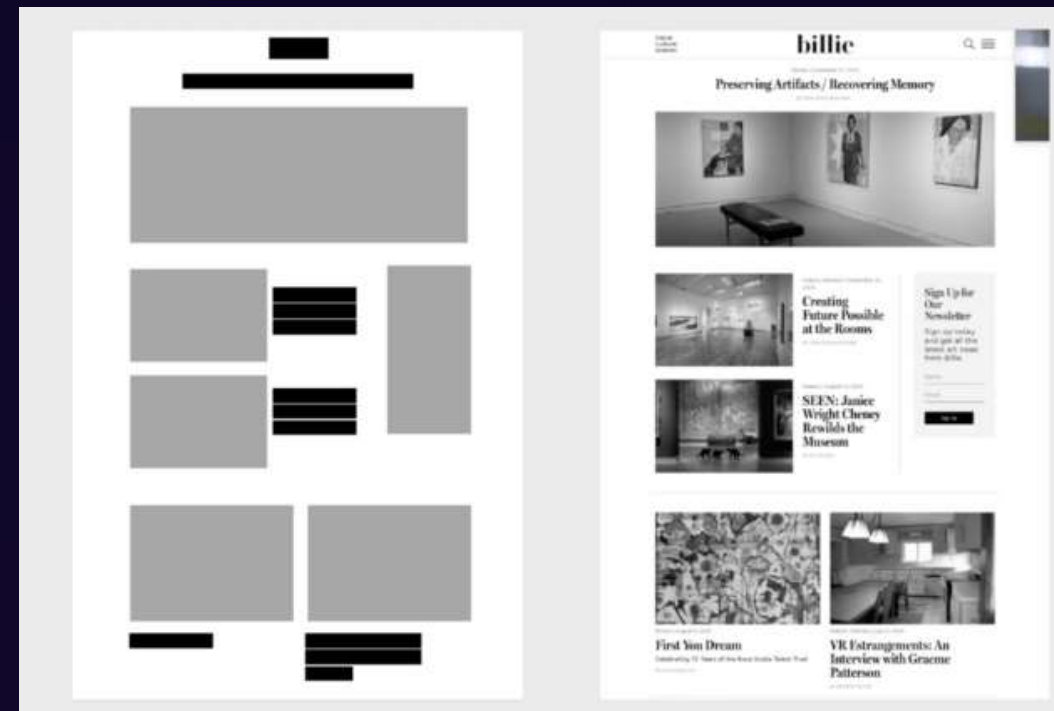


Как применить в веб-дизайне: Разделите ширину экрана (например, 1920 px) на 1,618. Вы получите примерно 1186 px. Это идеальная ширина для блока с основным контентом. Оставшиеся 734 px — идеальная ширина для боковой панели (сайдбара).

💡 Совет для упрощения работы: Чтобы не считать всё вручную, дизайнеры используют готовые инструменты. Вы можете скачать SVG-шаблон «Золотой спирали» и просто накладывать его поверх своего макета в Figma или Photoshop как трафарет, подгоняя под него элементы.

Ритм

Ритм — это расположение элементов в дизайне с учетом расстояния между ними, а также повторения элементов. Даже если располагаете один объект на пустом листе, вы уже заявляете определенный ритм.



Ритм

Регулярный ритм

интервалы между элементами предсказуемы или сами элементы схожи по размеру и длине. Регулярный ритм статичен, но делает дизайн живым за счёт контраста.



Плавный ритм

Повторяющиеся элементы следуют изгибам и волнистым линиям. Каждый из них при этом уникален, хоть и похож на предыдущий. В природе подобный ритм встречается в окрасе животных — тигров или зебр, он образуется на годовых кольцах деревьев или отпечатке пальца. Такое ритмическое построение создаёт ощущение плавного движения.



Ритм

Прогрессирующий ритм

Формы или фигуры при каждом своём повторении последовательно меняют форму, размер, также он задаётся изменяющимися интервалами между элементами. Это создаёт иллюзию движения.

