

Учреждение образования
«Белорусский государственный педагогический университет имени
Максима Танка»

Факультет эстетического образования
Кафедра художественного и педагогического образования

(рег.№ УМ 32-07-64-2014)

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой

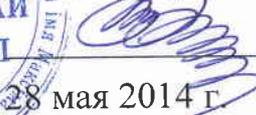

15 мая 2014 г.

Г.В. Лойко



СОГЛАСОВАНО

Декан факультета


28 мая 2014 г.

Т.С.Богданова

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

для специальностей: 1–03 01 06–01 Изобразительное искусство и
черчение. Народные художественные промыслы
1–03 01 03–02 Изобразительное искусство. Компьютерная графика
1–03 01 03 Изобразительное искусство и компьютерная графика

Составители: Г.В. Лойко, заведующий кафедрой художественного и педагогического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», доцент;

П.А. Кашевский, старший преподаватель кафедры художественного и педагогического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»;

Т.И. Лифанова, преподаватель кафедры художественного и педагогического образования учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка»

Рассмотрено и утверждено

На заседании Совета БГПУ 16 июня 2014 г. Протокол № 9

2014 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка	3
ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	5
1. Содержание лекционного материала	5
1.1. Введение в «графический дизайн»	5
1.2. Основные понятия дизайна.	7
Понятие фирменный стиль. Составляющие фирменного стиля. Предпроектное исследование.	
1.3. Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях.	11
1.4. Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей.	13
1.5. Основы и методика дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме	15
ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	21
2. Содержание учебного материала к лабораторным занятиям	21
2.1. Фирменный стиль как комплексная визуальная система	21
2.2. Разработка комплекса сувенирной продукции с нанесением фирменной символики	21
2.3. Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях	23
2.4. Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей.	23
2.5. Основы и методика дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме	23
РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ	25
Критерии оценок результатов учебной деятельности	25
ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ	28
Список литературы	28
Глоссарий терминов	32
Программная документация	32

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Художественное проектирование» разработан для студентов, обучающихся по специальностям: 1–03 01 06–01 Изобразительное искусство и черчение. Народные художественные промыслы, 1–03 01 03–02 Изобразительное искусство. Компьютерная графика, 1–03 01 03 Изобразительное искусство и компьютерная графика.

В связи с появлением новых информационных технологий и компьютерной графики традиционный взгляд на содержание, роль и место в образовании будущего педагога требует существенной переоценки и уточнения. Педагог-художник не должен оставаться в стороне от происходящих в мире изменений, в том числе и научно-технического прогресса, развития культуры, цивилизации. Для эффективного обучения в среде новых информационных технологий и компьютерной графики нужна фундаментальная базовая компьютерно-графическая подготовка.

Целью дисциплины «Художественное проектирование» является формирование у студентов знаний и навыков для самостоятельного квалифицированного проектирования объектов в сфере графического дизайна и дизайна среды жизнедеятельности.

Задачами дисциплины являются:

- овладение методикой проектирования комплексной графической системы и ее отдельных объектов;
- формирование художественно-образного и пространственного мышления, художественного вкуса, образного представления и творческой индивидуальности;
- овладение исследовательским и художественно-проблемным анализом проблемной ситуации проектирования во взаимосвязи с перспективами развития конкретного объекта проектирования;
- усвоение методики дизайн-проектирования, разработки проекта интерьера в комплексе с необходимыми функциональными и художественными решениями;
- изучение комплекса средств визуального и информационного представления проекта;

Содержание дисциплины определено типовой программой и включает основные темы науки, необходимые для художественно-графической подготовки студентов. В материалах лекций приводится история графического дизайна, основные понятия дизайна, понятие и составляющие фирменного стиля, художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях, основы и методика дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме

В материалах для лабораторных занятий студенту предлагаются краткие теоретические сведения, необходимые для выполнения творческих заданий. В методических рекомендациях к творческим работам сформулированы учебные задачи, указаны основные требования к уровню освоения содержания и правила оформления творческих работ.

Основными методами (технологиями) обучения, адекватно отвечающими целям изучения данной дисциплины, являются:

- информационные (устное изложение, объяснение, мультимедийная демонстрация, консультирование).
- поисково-творческие (наблюдение, творческий диалог, эксперимент).
- методы самостоятельной работы студентов.

Для диагностики и оценивания сформированности понятий дизайн-деятельности и творческого роста студентов рекомендуется использовать просмотр в конце каждого раздела.

Таким образом, учебно-методический комплекс по дисциплине «Художественное проектирование» предоставит студенту возможность ознакомиться с теоретическим содержанием дисциплины, вооружит способами и средствами практического выполнения творческих заданий, которые могут быть использованы как на аудиторных занятиях, так и в самостоятельной работе.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1. Содержание лекционного материала

1.1. Введение в «графический дизайн»

Цель: Изучение истории развития графического дизайна, основных направлений.

План лекции:

1. Происхождение термина «дизайн»
2. Этапы эволюции дизайна
3. Основные школы дизайна: ВХУТЕМАС, ВХУТЕИН, Баухауз.

1. Происхождение термина «дизайн»

Дизайн в русском языке появилось относительно недавно. Пришло оно из итальянского языка и в переводе имеет множество значений. “Disegno” - это замысел, план, намерение, цель, чертеж, эскиз, набросок, рисунок, узор, модель, шаблон, лежащая в основе схема, композиция.. В связи с бурным развитием современных технологий, понятие дизайна приобрело новый, более широкий смысл и теперь обозначает не только какой-то отдельный предмет, а является целым направлением, применимым ко всем областям современной деятельности человека.

В различных культурах принято называть дизайнерскую деятельность по-разному:

*польский язык использует выражение "wzornictwo przemysłowe"

*немецкий язык употребляет термин "formgebung"

*русский язык склоняется к следующему словосочетанию: “художественное конструирование”

В истории нашей страны также встречались такие обозначения, как "Декоративное искусство" или "Техническая эстетика". Восприятие и разнообразное использование термина “дизайн” в разных странах говорит об уникальности каждой из культур и об их особом отношении к этому виду искусства.

В 1959 году в качестве международного обозначения слова и смысла “Дизайн” все же был принят термин "industrial design"- “индустриальный дизайн”.

2. Этапы эволюции дизайна

Исторические этапы формообразования:

1. Кустарное, ремесленное производство (от начала человеческой цивилизации до конца 18 века) - предтеча дизайна
2. Индустриальное машинное производство - конец 18 века начало 20 века
3. Этап Дизайна - начало 20 века - наше время.

Кустарное производство - ручной труд примитивные орудия труда, примитивная технология, малосерийное производство + учитывались все потребности человека к вещи: полезность, функциональное совершенство, удобство, красота, экономическая целесообразность (дороговизна).

Индустриальное производство - "нечеловечные, холодные предметы" С приходом века индустриализации дизайнер стал создавать прототипы изделий, которые с помощью машин производили другие люди

3. Основные школы дизайна

Рождение дизайна приходится на период появления дизайнерских школ.

Наиболее яркими из них являются:

*Баухауз в Германии (1919 – 1933 гг.)

*ВХУТЕМАС в России Советского периода (1920 – 1930 гг.)

В этих школах разрабатывались главные принципы дизайнерского искусства (функционализма / конструктивизма), а также готовились первые профессиональные дизайнеры.

ВХУТЕМАС.

В СССР в Москве в 1918 году был создан Художественно Технический Совет. В 1919 году создается Художественно Технический Совет в составе Совнаркома Труда и Оборона. В 1920 году В. И. Ленин подписал декрет о создании Государственных Высших Художественно-технических Мастерских с факультетами :архитектурный, живописи, скульптуры, текстильный, керамический, дерева и железо обработки. Создан Совет по промышленному искусству в составе ВСНХ. Тогда же в 1920 году были организованы Высшие Художественно- Технические Мастерские ВХУТЕМАС (директор А. Родченко) , которые просуществовали до 1932 года.

ВХУТЕМАС, первоначально (до 1921года) - Свободные художественные мастерские, основанные в 1918 в Москве на базе Московского училища живописи, ваяния и зодчества и Строгановского художественно-промышленного училища. В 1926-1927 ВХУТЕМАС был реорганизован во ВХУТЕИИ.

ВХУТЕИИ

ВХУТЕИИ - Высший государственный художественно-технический институт. Учрежден в Москве в 1926-27 на базе ВХУТЕМАСа. В новом учебном заведении художественное творчество трактовали широкую сферу, включавшую и создание произведений искусства, и художественно ценных предметов быта и техники. Руководители ВХУТЕМАСа - ВХУТЕИИа рассматривали подготовку художника-производственника как синтетическую задачу воспитания всесторонне и гармонично развитого работника нового общества.

Вопросы для самоконтроля

1. Кем были сформированы главные положения теории и творческие принципы дизайна, повлиявшие на школы и направления более поздних лет?
2. Кем и когда был сформирован первый фирменный стиль?
3. Где и когда появились первые школы и методики преподавания дизайна?
4. Хронологический отсчет становление дизайна как профессии?
5. Перечислить основные направления деятельности: ВХУТЕМАС, ВХУТЕИН, Баухауз.

1.2. Основные понятия дизайна. Понятие фирменный стиль. Составляющие фирменного стиля. Предпроектное исследование.

Цель: Изучить принципы фирменного стиля и особенности проектирования.

План лекции:

1. История возникновения фирменного стиля.
2. Определение «фирменный стиль» и его составляющие
3. Основные носители элементов фирменного стиля

1. История возникновения фирменного стиля.

Понятие фирменного стиля зародилось относительно недавно, ему еще нет и сотни лет, но еще в древности отдельные элементы фирменного стиля были использовались довольно часто. Кочевые народы накладывали знак собственности на скот, наиболее искусные ремесленники помечали свою продукцию личным клеймом, а покупатели, осведомленные о высокой профессиональной репутации этих ремесленников стремились приобрести товары с такими знаками.

В средние века появились уже целые цеховые корпоративные торговые марки. В середине XIX века в США и странах Западной Европы складываются предпосылки для возникновения общенациональных торговых марок.

Первым официальным дизайнером, создавшим фирменный стиль, считают *Петера Беренса*, архитектора, который еще в начале XX столетия, занимая должность художественного директора компании в Германии, создал определенное художественное лицо фирмы, соответствующее основным законам стилиобразования.

Фирменный стиль АЭГ П.Беренс рассматривал не столько в узком смысле внешних признаков фирменной идентификации, сколько как специальную концепцию фирменной политики, как новый стиль мышления во всех аспектах организационной деятельности, и прежде всего стиль поведения на рынке.

Программы фирменного стиля получили широкое распространение в 50-х годах за рубежом и в настоящее время являются одной из ведущих методов

дизайнерской деятельности. Стали классическими примерами фирменные стили “Оливетти” и “Браун”.

Стиль “Оливетти”

Итальянская фирма “Оливетти”, один из крупнейших производителей конторского оборудования в мире, основана в 1908 году Камилло Оливетти. Особую известность фирма приобрела с приходом дизайнера Марчелло Ниццоли и с выпуском в конце 1940-х сенсационных по своим эстетическим качествам моделей пишущих машинок “Лексикон-80” и “Леттера-22”. Тогда же возникает выражение “Стиль Оливетти”.

Стиль Браун

До 1951 года небольшая немецкая фирма “Браун” выпускала стандартное оборудование, радиоаппаратуру, фотографические принадлежности, имевшие заурядный внешний облик.

Стиль Брауна – это отсутствие декора, ярких цветовых пятен, имитации материалов. Это скромная колористическая гамма, построенная на тонких оттенках серого цвета, сочетания черного и белого. Это создание цельного образа самыми простыми и минимальными средствами. Стиль Брауна – это “экономный” стиль.

2. Определение «фирменный стиль» и его составляющие

Фирменный (корпоративный) стиль - это «стилевая основа» современной компании. Это набор и удачное сочетание составляющих - графических объектов и шрифтовых решений, позволяющих создать узнаваемый образ в глазах потребителя.

Основными элементами фирменного стиля являются:

товарный знак или фирменная шрифтовая надпись

логотип

фирменные шрифты;

Фирменные цвета

фирменная документация;

фирменный блок

фирменный лозунг (слоган)

Корпоративный герой

Постоянный коммуникант (лицо фирмы)

В маркетинге существует такое понятие как координация дизайна. Это понятие подразумевает под собой выполнение в едином духе всего, что связано с фирмой: от товарного знака до дизайна и оформления офиса. На всех этих носителях корпоративного фирменного стиля компании обязательно должны присутствовать так называемые константы фирменного стиля.

Торговая марка - Trademark (торговая марка, торговый знак, товарная марка) - то же, что и товарный знак, т.е. обозначение, способное отличать товары одних юридических или индивидуальных предпринимателей от однородных товаров других юридических или индивидуальных предпринимателей.

, англ. Trademark)(™) - это обозначения, которые предназначены для индивидуализации товаров и

позволяют отличать товары одних производителей от других, и подлежит специальной регистрации.

Товарные знаки могут быть изобразительными, словесными, комбинированными, звуковыми, трехмерными — представляющими собой упаковку товаров или сами товары.

1. *Словесный* - только шрифтовая композиция, в теории дизайн - логограмма.

2. *Изобразительный* - до 5% не более от общего числа товарных знаков. Чаще всего используется в индивидуальной профессиональной деятельности. Представляет собой абстрактные (знак индекс) или конкретные (иконические знаки) изображения.

3. *Комбинированный* - в его состав входят в различных комбинациях словесные и изобразительные составляющие.

Логотип—это оригинальное начертание или сокращенное наименование фирмы, товарной группы, производимой данной фирмой, или одного конкретного товара, выпускаемого ею. Он служит, в первую очередь, для идентификации компании на рынке.

Требования к логотипу

запоминаемость

универсальность

оригинальность

ассоциативность

выразительность

функциональность

лаконичность

уникальность

Фирменный блок удобен, так как может без изменений использоваться для оформления бланков и конвертов, в качестве оригинала липких аппликаций, некоторых упаковочных средств, материала для оформления интерьера и др.

Фирменный слоган

Фирменный слоган (лозунг) — легко запоминающаяся фраза, способная обеспечивать последовательное проведение рекламных кампаний и представляющая собой постоянно используемый оригинальный девиз.

Визитка как элемент фирменного стиля

Особенности дизайна визитной карточки

Формат 90 x 50 мм. Стиль дизайна визитки должен соответствовать должности и положению владельца.

Макет визитки в зависимости от размещаемой информации может иметь горизонтальную или вертикальную ориентацию.

Разрабатывая дизайн визитной карточки, следует также учитывать, какую функциональную нагрузку она будет нести, помимо информации о личных данных владельца.

Материалы для визитных карточек

Бумага обязательно должна быть плотной. Исключение составляют только визитки, имеющие нестандартный формат, например складывающиеся “гармошкой” или “книжкой”.

Если предполагается делать на визитке какие-то записи, следует использовать такую бумагу, на которой будет легко писать.

Технологии печати визитных карточек

Офсетная печать

Шелкография

Шелкография и тампонная печать

Печать на цифровых печатных машинах..

При оформлении визиток можно использовать специальные виды отделки, например конгревное тиснение; рельефное изображение получается при локальном сжатии запечатываемого материала между нагретыми штампом и контрштампом (пуансоном и матрицей) на специальном прессе или на тигельной печатной машине.

Тисненные фольгой. Изготавливать их можно как на специальном станке для тиснения, так и с помощью обычного лазерного принтера и ламинатора с горячими валами.

Термоподъемный способ печати.

Лазерная гравировка

3. Основные носители элементов фирменного стиля

Носителями фирменного стиля могут выступать:

1. Печатная реклама фирмы: плакаты, листовки, проспекты, каталоги, буклеты, календари и т.п.
2. Средства пропаганды: пропагандистский проспект, журналы, оформление залов для пресс-конференций и т.д.
3. Сувенирная реклама: полиэтиленовые пакеты, ручки, настольные приборы, открытки и др.
4. Элементы делопроизводства: фирменные бланки (для международной переписки, для коммерческого письма, для приказов, для внутренней переписки и т. д.), фирменные конверты, фирменные папки-регистраторы, фирменные записные книжки, фирменные ежедневники, фирменные блоки бумаг для записей и т.д.
5. Документы и удостоверения: пропуска, визитные карточки, удостоверения сотрудников, бэджи и др.
6. Элементы служебных интерьеров: панно на стенах, настенные календари, наклейки большого формата. Нередко весь интерьер оформляется в фирменных цветах.
7. Другие носители: фирменное рекламное знамя, вымпелы, фирменная упаковочная бумага, ярлыки, приглашительные билеты, фирменная одежда сотрудников, изображения на бортах транспортных средств фирмы и т.д.

Бланк

Это лист бумаги, оформленный в соответствии с Вашим фирменным стилем. На нем должно присутствовать название фирмы, логотип или частично напечатанный текст. На фирменных бланках, как правило, составляется документация для обращения к деловым партнерам, именно поэтому он должен отражать корпоративный стиль Вашей компании.

Буклеты:

Выделяют следующие виды буклетов:

- с одним сгибом формата А6, А5, А4, А3;
- с двумя сгибами форматов А5, А4, А3, а также листов 630*297 мм;
- с тремя сгибами формата А3, А2, А1;
- с четырьмя сгибами формата А3, А2;
- с пятью сгибами формата А2;
- с шестью сгибами, которые обычно делают гармошкой;
- с семью сгибами, которые также изготавливают гармошкой;
- с перекрестными сгибами, которые бывают:

с двумя перекрестными фальцами;

с одним перекрестным и двумя параллельными фальцами.

Фальцовка — это операция сгибания или складывания листа для формирования ровного сгиба без предварительного продавливания тупым ножом (биговки). Линия фальцовки называется *фальцем*.

В зависимости от рекламной цели, которую преследует компания, буклеты бывают *информационными, имиджевыми, для почтовой рассылки* и т. д. И, конечно, в зависимости от этих целей исполнение и дизайн тоже должно быть различным.

Листовки – вид рекламной полиграфической продукции, изготавливаемый из бумаги любого формата, печать текста на котором осуществляется с обеих сторон.

Листовки бывают *рекламными, имиджевыми и информационными*. Печать листовок выполняется как в черно-белом, так и в цветном варианте, для изготовления листовок может применяться бумага любого формата и типа.

Вопросы для самоконтроля

- Дайте определение фирменного стиля.
- Перечислите основные составляющие фирменного стиля.
- Назовите условия удачного проектирования фирменного стиля.
- Каковы основные задачи фирменного стиля?
- Перечислите общие принципы дизайна фирменного стиля.
- Назовите этапы в разработке фирменного стиля.

1.3. Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях.

Цель: Изучить классификацию плакатов, их шрифтовой строй, особенности проектирования

План лекции:

1. Классификация плакатов и их характеристика.

1.Классификация плакатов и их характеристика.

Плакат – разнообразность графики, лаконичное, броское изображение на крупном листе с кратким пояснительным текстом.

Практика художественного оформления дифференцирует плакаты по технике создания, по назначению, по характеру и содержанию.

По технике создания:

- печатные;
- трафаретные;
- самодеятельные.

По характеру содержания:

- сатирические;
- декоративные;
- монографические,
- библиотечные и т.д.

По направлению использования:

- агитационные;
- информационные;
- рекламные;
- просветительские;
- учебно-методические.

Агитационный

Информационный плакат.

Плакат-афиша

Рекламный плакат.

Рекламный плакат.

Цели и задачи рекламы. Реклама предусматривает достижение двух целей:

1. увеличить восприимчивость людей к предложенным товарам и услугам;
2. формировать спрос (повышать, удерживать или снижать).

Для того чтобы реализовать названные цели, реклама должна решать следующие задачи:

- привлечение внимание к товару;
- информирование о потребительских свойствах товара, его преимуществах перед аналогами;
- расширение покупок убеждение в необходимости роста потребления; особенностей ее влияния на человека.

Вопросы для самоконтроля

- Приведите классификацию плакатных форм.
- Перечислите основные требования к шрифтовому плакату.
- Назовите условия создания грамотного ритмического строя шрифтового плаката.
- Назовите основные создания самодеятельного плаката.
- Каковы основные задачи рекламы?
- Какими интересами представлена мотивация человека в рекламных сообщениях?
- Перечислите общие принципы дизайна рекламы.

- Назовите этапы дизайна рекламных материалов.

1.4. Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей.

Цель: Изучить принципы и особенности иллюстрирования книг для детей.

План лекции:

1. Общая характеристика детской иллюстрированной книги
2. Тематика и издательская классификация детских книг
3. Художественное оформление и иллюстрирование книг для дошкольников
4. Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей младшего школьного возраста
5. Художественное оформление и иллюстрирование книг для подростков

1. Общая характеристика детской иллюстрированной книги

Принципы оформления и иллюстрирования книг в первую очередь обусловлены возрастными особенностями детского восприятия. Для каждого из возрастных этапов, которые проходит в своем развитии ребенок, характерны определенные особенности усвоения информации, существенно влияющие на конструкцию книги, на качество иллюстраций, решение шрифтовых композиций и т.д. С возрастными особенностями детей связаны и особые соединения иллюстраций и текста в книге.

2. Тематика и издательская классификация детских книг

Разнообразие содержания определяет и многочисленные жанры, в которых пишутся детские книги: это и стихи, и рассказы, повести и поэмы, научно-фантастические романы и научно-популярные очерки, песни и прибаутки, народные потешки и т.д.

Как и в изданиях для взрослого читателя, в детской литературе можно выделить почти те же типы изданий: художественные, научно-популярные, дидактические, справочно-энциклопедические.

Учет возрастных особенностей развития ребенка является главным фактором, влияющим на проектирование и иллюстрирование детских книг. Поэтому в российской издательской практике введена следующая классификация:

книги для детей дошкольного возраста;

книги для детей младшего школьного возраста;

книги для подростков (средний и старший школьный возраст).

К детским изданиям не относят книги для юношества, так как возрастные особенности уже существенно не влияют на оформление и иллюстрирование этих изданий.

3.Художественное оформление и иллюстрирование книг для дошкольников

Требования, предъявляемые к проектированию книг для дошкольников

К дошкольникам относятся дети от двух до пяти и дети от пяти до семи лет (собственно дошкольная группа).

Художественное оформление и иллюстраций в книгах для дошкольников имеют особое значение - они могут занять главное место и играть основную роль по сравнению с текстом. Допустимы и книги без текстов - книжки-картинки. В этом специфика книг для малышей.

Формой преподнесения текста и иллюстраций, особенно близкой детям дошкольного возраста, является сказка, именно в ней наиболее ярко проявляются упомянутые выше качества - антропоморфизм и анимизм.

Жанр сказки определяет некоторые черты, которые должны присутствовать в иллюстрациях. Это - особая яркость и полнокровность красок, точное разделение моральных ценностей, светлого и темного, какое есть в тексте. Неуместны при этом неопределенности в оценке ситуаций, слишком детальный анализ и размытость изображения.

Присутствие цвета в иллюстрациях и оформлении книги - одно из главных требований, предъявляемых к книгам для дошкольников. У цветного изображения шире эмоциональные, познавательные и декоративные возможности, цветная иллюстрация легче воспринимается детьми.

Принципы проектирования книг для детей дошкольного возраста

Текст книг для дошкольников набирают, как правило, шрифтами крупных кеглей - 16, 14, 12.

Обе особенности детских книг - крупный шрифт и большое количество иллюстраций - приводят к необходимости пользоваться большими форматами: 60×90/8, 84×108/16, 70×90/16, 70×108/16 и др. Для этих форматов характерны просторные с широкими пропорциями страницы, удобные для размещения рисунков в тексте и для компоновки разворотных иллюстраций.

4.Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей младшего школьного возраста

Литературный текст в книгах для школьников младших классов начинает играть главенствующую роль. В этих книгах кегль шрифта несколько уменьшается (12-10 п.), но он остается в рамках наибольшей удобочитаемости для детей. Строка становится короче.

Форматы книг - настольного и портативного вида (60×90/16, 70×90/16, 60×84/16, 84×108/32 и др.).

В этом возрасте большое значение имеет рассказ как в иллюстрациях, так и в тексте. Иллюстрации, с одной стороны, не должны буквально раскрывать содержание книги, с другой стороны, должны дополнять рассказ различными подробностями, деталями, которых нет в тексте.

Важно, например, «начало» книги - ее обложка, титул, первые страницы - как они вводят в тему книги, в ее эмоциональный настрой. При конструировании книги художнику необходимо выразительно строить внешнее оформление,

содержание книги, ее аннотацию, т.е. те элементы, которые, раскрывая содержание, могут привлечь, заинтересовать читателя.

5.Художественное оформление и иллюстрирование книг для подростков *Требования, предъявляемые к проектированию книг для подростков*

Книги для подростков - это книги для детей среднего школьного возраста (5-7-й классы) и старшего школьного возраста (8-10-й классы).

Детям этого возраста свойственна склонность к абстрактному мышлению, чего не наблюдалось в младшем возрасте. Мышление в этом возрасте более логичное, ребята способны самостоятельно анализировать и воспринимать отвлеченные проблемы. Роль иллюстраций предметно-познавательного характера в книгах для среднего и старшего школьного возраста заметно понижается, и иллюстрации по своей образной системе приближаются к тем, что адресуются взрослому человеку. Количество иллюстраций уменьшается, а сам текст занимает главенствующее положение.

Шрифт избирается удобочитаемым, как простым, так и сложным по рисунку, кегль его средний (от 12 до 8 п.), строка дается в размерах обычной гигиенической нормы. Форматы книг колеблются от настольных до карманных.

Главным критерием работы художника в детской книге является ее воспитательная роль, гражданственность позиции художника-оформителя.

Вопросы для самоконтроля

1. Дайте характеристику детской иллюстрированной книги
2. Классификация детских книг
3. Особенности художественного оформления и иллюстрирования книг для дошкольников
4. Особенности художественного оформления и иллюстрирования книг для детей младшего школьного возраста
5. Особенности художественного оформления и иллюстрирования книг для подростков

1.5. Основы и методика дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме

Цель: Изучить принципы и особенности иллюстрирования книг для детей.

План лекции:

1. Понятие «Дизайн - проекта».
2. Функционально-пространственная организация основных помещений квартиры

1.Понятие «Дизайн - проекта».

Дизайн (англ. design) - замысел, умысел, план, цель, намерение, творческий замысел, проект и чертеж, расчет, конструкция; эскиз, рисунок, узор, композиция.

Дизайн - проект интерьера это полет мысли и идей, воплощенный и оформленный умелой рукой специалиста в реальный документ. По толково-словообразовательному словарю Т.Ф. Ефремовой дизайн интерьера - это "архитектурное и художественное оформление внутренней части помещений".

Дизайн - проект интерьера - это пакет документов (эскизов, фотореалистичных изображений, чертежей и ведомостей), по которым как выполняются ремонтно - отделочные работы, так и происходит наполнение интерьеров техникой, мебелью, декорами.

2.Функционально-пространственная организация основных помещений квартиры

В структуре любого жилища можно условно выделить три компонента: собственно помещения, т.е. ее архитектурно-пространственную организацию, техническое оснащение с запланированным оборудованием и предметы обстановки с мебелью.

По характеру использования все помещения разделяются на две принципиальные группы: жилые помещения, подсобные помещения.

Общая жилая комната для отдыха семьи может быть различного функционального содержания, что зависит от степени размежевания процессов семейного общения. Функции такого помещения многообразны. Это могут быть развлечения, спокойный отдых, работа, обеды, прием гостей и многое другое. Пространство общей комнаты с подобным содержанием формируется зоной отдыха, приема пищи, рассчитываемой на всю семью, зоной для любительских занятий или умственного труда, а при норме жилой площади 9 м/чел потребуется и спальная зона.

Столовая зона для удобного ее обслуживания располагается возле двери в кухню или раздаточного окна. Рабочая зона, как правило, размещается возле окна.

Принято считать наиболее удобными жилые комнаты с соотношением ширины и глубины от 1: 1 до 1: 1,5.

В современных квартирах *личные комнаты проектируют*, чаще всего, трех типов: спальня для супружеской пары, жилая комната для одного человека и жилая комната для двух членов семьи. Привычное название - спальни - не отражает в полном объеме функционального назначения этих помещений.

Кухонные помещения - в них осуществляются процессы хозяйственного обслуживания семьи. Зона приготовления пищи или рабочая зона кухни - самая насыщенная по числу технологических процессов и предметов оборудования. С приготовлением пищи связано и резкое ухудшение микроклимата в помещении. Поэтому зона приготовления пищи должна быть организована в специальном помещении с хорошей вентиляцией и естественным освещением. При оборудовании зоны газовой плитой требуется изоляция помещения от всего пространства квартиры. При использовании электроплиты - можно применять временную изоляцию рабочей зоны от других помещений.

Кухня-ниша с установкой в ней электроплиты может устраиваться в общей комнате, столовой и отделяться от основного помещения раздвижной перегородкой, или закрываться створками. При устройстве кухни-ниши в любом помещении требуется надежная вентиляция. Наиболее целесообразно проектировать кухни-ниши в специализированных домах с малыми квартирами. В этих случаях они могут иметь сокращенный набор оборудования.

Рабочая кухня - изолированное помещение с естественным светом и вентиляцией.

Кухня с эпизодическим приемом пищи имеет площадь 6-7 м, самостоятельное светлое помещение с полным составом оборудования в рабочей зоне и ограниченным местом для приема пищи.

Кухня-столовая. Современными нормами установлен минимальный предел площади - 8 м. В таком помещении возможно четкое пространственное членение на две полноценные зоны - рабочую и зону приема пищи для всех членов небольшой семьи. Для более крупных семей кухня-столовая должна иметь площадь 10-12 м.

Комнаты с зоной приема пищи - не удовлетворяют в полной мере требования многих семей к зоне питания как к месту подлинного «семейного очага». По данным социологов 17,5% семей желали бы иметь одно помещение достаточной площади для размещения зоны приготовления пищи, столовой зоны и зоны общения (с установкой телевизора), рассчитанных на полный состав семьи.

Подобные планировочные приемы встречаются в практике проектирования и функционально-планировочная организация кухонного помещения зависит, прежде всего, от его пропорций, габаритов, места дверных и оконных проемов, а также от принятой схемы расположения кухонного оборудования. В кухне удлиненной формы с окном на узкой стороне получило распространение однорядное расположение оборудования. При ширине кухни не менее 2,3 м возможна расстановка элементов под углом и двухрядная. Эти схемы отличаются компактностью и способствуют высвобождению свободного места для организации зоны приема пищи.

Проектирование кухонь без прямого естественного света по современным нормам не допускается. Кухни, освещаемые вторым светом, могут найти оправдание в экономичных планировочных схемах домов с шириной корпуса не менее 15-17 м, проектируемых для холодных районов и Крайнего Севера. При этом кухню следует располагать за освещенной прямым естественным светом обеденной зоной общей комнаты, отделять ее светопрозрачной перегородкой с дверью и полностью остекленной верхней частью. Кухня в этих случаях оборудуется побудительной вентиляцией и электроплитой.

Как показали социологические исследования, в большинстве случаев зона питания семьи - основное место ее пребывания в свободное от работы, учебы и личных индивидуальных занятий время. Вместе с тем у различных семей выявились различные требования к ее качественному решению и месту расположения по отношению к другим общесемейным зонам.

Существующие два варианта размещения зоны питания: или в одном помещении с зоной хозяйственных работ, или в разных; II - подготовка сырья; III - приготовление пищи (4-шкаф для посуды и утвари, 7, 9 - рабочий стол, 8-плита); IV-обеденное место; V-мойка и сушка посуды.

Санитарно-гигиенические помещения. В них организуются зоны личной гигиены, имеющие сугубо индивидуальный характер, поэтому они требуют условий строгой изоляции. В проектировании квартир используют четыре типа помещений, наиболее отработанных в функциональном отношении: ванная, душевая, уборная и смешанный тип - совмещенный санитарный узел. Каждый имеет ряд планировочных решений. Основными приборами, составляющими их оборудование в квартирах массового строительства, являются ванна, душевой поддон, умывальник, унитаз, рукомойник, в отдельных случаях - биде.

Размеры помещений назначаются в зависимости от состава оборудования. Ванная комната по действующим нормам оборудуется ванной и умывальником, кроме того, в ней резервируется место для стиральной машины. Уборные проектируют двух типов: только с унитазом, если она размещается непосредственно возле ванной, а в случаях значительного удаления от нее, кроме унитаза предусматривается рукомойник. Ширина уборных должна быть не менее 0,8 м, глубина - не менее 1,2 м. Двери уборной и ванной должны открываться наружу. Совмещенные санитарные узлы применяют только в однокомнатных квартирах и в больших квартирах при наличии второго санитарного узла. Вход из жилых помещений и кухни в совмещенный санитарный узел или уборную не допускается. Ванная комната может быть проходной в кухню или спальню, имея основной вход со стороны шлюза или передней.

Передняя или прихожая - своего рода вестибюль квартиры. Здесь мы получаем первое впечатление от ее интерьера. Вместе с тем функциональная нагрузка этого помещения достаточно велика - она служит местом хранения верхней одежды, обуви, хозяйственных и спортивных принадлежностей. Передняя - это всегда гардероб; здесь одеваются перед выходом и раздеваются войдя в квартиру. В передней встречают посетителей и гостей. Для всего этого требуется соответствующее оборудование, место для его размещения и удобного пользования. Кроме того, передняя - центр коммуникаций в квартире.

Как правило, передняя не отличается большой площадью, поэтому зонирование ее чрезвычайно затруднено. Наиболее рациональным планировочным решением будет разделение ее площади на две зоны: собственно входную, где снимают верхнюю одежду, обувь, освобождаются от поклажи; остальную часть площади организуют как холл - здесь может быть зеркало, столик, кресло. Обособить входную зону можно используя встроенные шкафы и антресоли, предусмотрев в них и закрытую вешалку, поскольку висящая одежда в открытом виде всегда придает неэстетический вид помещению.

В современных нормах площадь передней не предусмотрена. Размеры ее должны устанавливаться в зависимости от величины квартиры, т.е. от числа проживающих. Но во всех случаях ширина ее не должна быть менее 140 см. Те или иные возможности организации передней во многом зависят от места занимаемого ею в плане квартиры. Наличие большого числа проемов делает ее мало удобной в эксплуатации, так как периметр свободных стен оказывается недостаточным для размещения самого необходимого оборудования, а пересечения во всех направлениях затрудняют зонирование пространства. В этих случаях необходимо увеличение ее площади по сравнению с передними квартир, имеющих то же число комнат, но с меньшим числом проемов.

С переходом на норму общей площади 16-18 м²/чел. появилась возможность дифференцированного решения пространства прихожей в виде двух связанных помещений: передняя-холл, которой предшествует собственно прихожая. В этом варианте передняя, освободившись от вешалки, становится дополнением к общей комнате.

Открытые пространства квартиры, или летние помещения - дополнительное место для осуществления таких бытовых процессов, как отдых, прием пищи, хозяйственные работы. Возможность пребывания на открытом воздухе сохраняет физическое и психическое здоровье членов семьи. В условиях теплого климата приквартирные пространства служат основной зоной жизнедеятельности семьи в течение всего летнего периода. Площади летних помещений нормируются и должны составлять не более 15% общей площади квартиры. Площадь веранд в сельских домах может быть в пределах 20% площади квартиры.

В группу летних помещений квартиры входят: различные виды балконов; лоджии-балконы; лоджии; террасы и остекленные веранды.

Французский балкон или портфенетр, незаслуженно оставленный без должного внимания элемент квартиры, - состоит из одностворчатой двери с окном и ограждения, устроенного снаружи. Площадь выступающей плиты используется для ящиков с цветами. Практическая ценность французского балкона невелика, но эстетические достоинства его заслуживают внимания. Он способствует оптическому объединению внешнего пространства с интерьером. Наиболее целесообразно проектировать его в помещениях, выходящих на городскую улицу, когда другие виды летних помещений трудно использовать.

Балконы, не защищенные от ветра, мало комфортны, поэтому их строят с ветрозащитными экранами с одной или двух сторон высотой не менее 1,8 м. Балконы рекомендуется проектировать в домах не выше девяти этажей, во избежание затенения комнат располагать их лучше со сдвигом на простенок, сохраняя связь только с дверным проемом.

Лоджия-балкон или полулоджия, а также полномерные лоджии имеют ряд преимуществ при сравнении с балконами: они защищены от ветра, обеспечивают лучшую изоляцию и безопасность при большой высоте здания, могут обслуживать одновременно несколько комнат, глубина лоджий всегда

значительно больше, что позволяет создать на их площади целый ряд функциональных зон и организовать разнообразное озеленение.

Террасы при квартире характерны для малоэтажных домов. В домах средней этажности они образуются при всех жилых ячейках за счет сдвижки этажей, следуя рельефу, или в террасных домах, проектируемых на равнине с использованием особых объемно-планировочных приемов. Террасой в этих случаях служит крыша нижележащей квартиры, при этом площадь террасы не входит в общую площадь квартиры. Глубина террасы должна быть не менее 2,4 м, и площадь ее не должна просматриваться из соседних квартир.

Веранда, по определению СНиП - "застекленное неотапливаемое помещение, пристроенное к зданию или встроенное в него". Веранды могут быть во всех типах домов и при любой этажности, они высоко оцениваются жителями и во многих случаях являются единственно возможным видом летнего помещения в связи с особыми условиями климата. Даже в условиях комфортной погоды существует стихийное стремление превратить лоджии в остекленные веранды. Учитывая, что остекленные лоджии используются на два-три месяца дольше, чем неостекленные, возможно, следует проектировать в средней полосе квартиры с остекленной верандой, не затеняющей прямой свет комнат. В практике проектирования уже есть подобные примеры.

Вопросы для самоконтроля:

1. Понятие «Дизайн - проекта».
2. Функционально-пространственная организация основных помещений квартиры

ПРАКТИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

2. Содержание учебного материала к лабораторным занятиям

2.1. Фирменный стиль как комплексная визуальная система

Разработка логотипа

Цель: Изучение основных правил типографики, рамотное оформление деловой документации..

Содержание темы. Просмотр и выбор одной из предполагаемых актуальных тем. Замысел (идея) названия логотипа, соответствующего характеру деятельности фирмы. Поиск стилизованного образа:изобразительный, словесный, комбинированный.

Задание. Графически нарисованное от руки изображение знака отсканировать. Для дальнейшей разработки логотипа использовать компьютерные технологии (графический редактор (Corel Draw).

Разработка визитки

Цель: . Изучение методов создания фирменного стиля, сформировать представление единства стиля графической продукции.

Содержание темы. Стилистическое единство композиционных элементов, целостность внутренней структуры, основные правила типографики.

Задание. Имея заданный формат визитной карточки (50 : 90), найти место расположения логотипа. Определить характер и размер шрифта текстового блока, учитывая масштабность , относительно формата. . Сгруппировать элементы текста информационного характера в порядке их важности. Исполнить оформление визитной карточки в печатном виде. Оценками дифференцируют: выявление ассоциативного образа, соответствующего характеру деятельности фирмы; грамотный подбор гарнитуры шрифта; качество технического исполнения; размещение текста по логичной информационной иерархии.

2.2.Разработка комплекса сувенирной продукции с нанесением фирменной символики

Серия сувенирных открыток

Цель: Сформировать представление единства стиля в серийном изготовлении графической продукции.

Содержание темы. Стилистическое единство композиционных элементов, целостность внутренней структуры, основные правила типографики, стилистические и технические особенности работы в материале.

Задание. Имея заданный формат, художественные средства и художественный образ в выражении идеи и создании серийной графической продукции.

Разработка упаковки товара.

Цель: Освоение методов художественного оформления упаковки, проявление креативного мышления в конструкции упаковки.

Содержание темы: Функции упаковки, средства выражения упаковкой отличительных особенностей товара, этапы разработки дизайна упаковки (создание основной идеи, зрительного образа графического оформления упаковки, разработка эскиза, проектирование средствами компьютерных технологий).

Задание: Определить назначение и функции упаковки. Подобрать материал изготовления. Продумать оригинальную, экономичную конструкцию, учитывая транспортировку. Оформить все стороны упаковки, используя фирменные цвета и гарнитуру фирменного шрифта.

Разработка упаковки для визитки (визитница).

Цель: Освоение методов художественного оформления визитницы, проявление креативного мышления в конструкции визитницы.

Содержание темы: Средства выражения оригинальности упаковки визиток, этапы разработки дизайна (создание основной идеи, зрительного образа графического оформления, разработка эскиза, проектирование средствами компьютерных технологий).

Задание2: Подобрать материал изготовления. Продумать оригинальную, экономичную конструкцию, учитывая транспортировку. Оформить все стороны упаковки, используя фирменные цвета и гарнитуру фирменного шрифта.

Создание дизайн-макета брэндбука.

Цель: Освоение методов создания макета верстки многостраничных изданий.

Содержание темы: Особенности организации страницы, принципы привлекательности композиционного решения, принципы выразительности многостраничных изданий.

Задание: Создать макет брэндбука. . Распределить текстовый блок и изображения, согласно правилам типографики. Исполнить графическое изображение брэндбука в печатном виде..

2.3.Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях.

Цель: Изучение методов создания выразительных плакатов, афиш, рекламных листов.

Содержание темы. Масштабность, удобочитаемость информации, восприятие визуальной коммуникации, выразительность рекламы.

Задание . Определить формат плаката: (А- 3) 2. Собрать необходимую информацию. Малыми средствами выражения отобразить главную идею плаката (минимум деталей, максимум содержания). В виде ударной строки, коротко изложить ключевую тему -- девиз. Выделить, максимально крупным шрифтом, основную мысль . Создать композицию, распределив изобразительные элементы: слоган, иллюстрацию, рисунок. фотографию, и др. информацию. Исполнить плакат в печатном виде.

2.4.Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей.

Цель: Изучение принципов создания иллюстраций детской книги

Содержание темы. Основы композиции. Композиционные схемы — простые и сложные. Структура книги. Раскадровка и композиция издания. Взаимодействие текста и иллюстрации. Макет.Создание персонажа. Мера условности и стилизация.Условное пространство книги. Концепция издания.Смыслообразование как основной инструмент создания концепции и стиля иллюстративного ряда. Графические техники.

Задание: Подобрать работы художников- иллюстраторов. Схематически построить дизайн-макет издания, построить структуру и концепцию книги, определить взаимодействие текста и иллюстрации, создать образы персонажей. Разработать макет издания в реальном формате. Разработать цветовую концепцию книги. Исполнить издание в печатном виде.

2.5.Основы и методика дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме.

Цель: Изучить принципы и особенности художественного проектирования предметно-пространственной среды.

Содержание темы. Художественный образ интерьера как выражение закономерностей пропорциональных геометрических отношений, чувства равновесия масс и цветной гармонии. Определяющее значение пространственной формы интерьера. Функционально-пространственные основы организации дизайна интерьера. Понятие о типологии архитектурной среды. Основные типы помещений.

Задание . Составление планировочной части эскизного проекта- плана пола и потолка – с зонированием, расстановкой мебели и оборудования в интерьере. Проект выполняется на основе типового

проекта с возможностью перепланировки путем объединения площадей двух комнат в одну и создания большой квартиры повышенной комфортности. Объемно-планировочное решение. Решаются пространственные и функциональные связи помещений, объемная композиция (планы и разрезы в черно-белой графике, макет в цвете, визуализация в 3 ds Max).

РАЗДЕЛ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Критерии оценок результатов учебной деятельности

Отметка в баллах	Показатели оценки результатов учебной деятельности
1	Отсутствие знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта, отказ от ответа или непредставление на итоговый просмотр творческого учебного задания.
2	Фрагментарные теоретические знания в рамках образовательного стандарта, пассивность на лабораторных занятиях, неумение применять основы знаний в творческом процессе. Отсутствие знаний в области компьютерного проектирования, низкий технический и художественный уровень культуры исполнения задания.
3	Фрагментарные теоретические знания в рамках образовательного стандарта, пассивность на лабораторных занятиях, выполнение творческих заданий с существенными композиционными ошибками, слабое владение компьютерными технологиями, низкий технический и художественный уровень культуры их исполнения.
4	Умение ориентироваться в основных теоретических положениях учебного материала, воспроизведение его содержания, способность под руководством преподавателя решать стандартные творческие задачи. Знание технических возможностей компьютерных технологий, умение использовать компьютерные средства в выполнении творческих заданий без существенных ошибок, допустимый уровень культуры их исполнения.
5	Умение ориентироваться в основных теоретических положениях учебного материала, достаточный объем знаний для воспроизведения его содержания. Знание технических возможностей компьютерных графических редакторов, владение технологией их использования. Способность под руководством преподавателя решать творческие задачи на лабораторных занятиях, выполнять творческие задания на хорошем уровне культуры исполнения без существенных композиционных и технологических ошибок.
6	Достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы, стилистически грамотное и логически правильное изложение теоретического материала. Умение самостоятельно применять законы и средства организации композиции в творческом процессе при выполнении учебного задания, владение всеми средствами компьютерных графических редакторов, активная самостоятельная работа на лабораторных занятиях, выполнение творческих заданий на высоком уровне культуры исполнения без существенных композиционных и технико-технологических ошибок.

7	Систематизированные глубокие знания в объеме учебной программы, владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении творческих задач, активная самостоятельная работа на лабораторных занятиях. Владение средствами компьютерных графических редакторов. Выполнение творческих заданий на высоком уровне культуры исполнения без существенных композиционных и технико-технологических ошибок.
8	Систематизированные глубокие знания в объеме учебной программы, владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении сложных творческих задач, активная самостоятельная работа на лабораторных занятиях Владение средствами компьютерных графических редакторов, выполнение творческих заданий на высоком художественном и техническом уровне культуры исполнения.
9	Систематизированные глубокие теоретические знания в объеме учебной программы, владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении сложных творческих задач, активная самостоятельная работа на лабораторных занятиях. Высокий уровень владения средствами компьютерных графических редакторов, способность к творческому эксперименту. Выполнение творческих заданий на высоком художественном и техническом уровне культуры исполнения.
10	Систематизированные глубокие теоретические знания в объеме учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы. Владение инструментарием учебной дисциплины, умение его использовать в постановке и решении сложных творческих задач. Активная творческая самостоятельная работа на лабораторных занятиях, использование современных достижений информационных технологий, способность к творческому эксперименту. Выполнение творческих заданий на высоком художественном и техническом уровне культуры исполнения.

Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов

Зачтено ставится за умение ориентироваться в основных теоретических положениях учебного материала, воспроизведение его содержания без существенных ошибок, знание художественных и пластических возможностей материала, владение технологией его художественной обработки, способность под руководством преподавателя решать стандартные творческие задачи, выполнение творческих заданий без существенных композиционных и технико-технологических ошибок в полном объеме, предусмотренном программой, допустимый уровень культуры их исполнения.

Не зачтено ставится за фрагментарные теоретические знания по учебной дисциплине в рамках образовательного стандарта, пассивность на лабораторных занятиях, выполнение творческих заданий с существенными композиционными ошибками либо неумение применять основы композиционных знаний в творческом процессе. Отсутствие знаний в области материаловедения, не знание технологии, пластических и художественных возможностей обрабатываемого материала, низкий технический и художественный уровень культуры исполнения заданий. А также за отказ от ответа или непредставление на итоговый просмотр творческого учебного задания.

При проведении дифференцированного зачета по дисциплине используют критерии 10-ти балльной оценки результатов учебной деятельности.

ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ РАЗДЕЛ

Список литературы

Основная литература

1. Арганович-Понамарёва, Е.С. Интерьер и предметный дизайн жилых зданий / Е.С. Арганович-Понамарёва, Н.И. Аладова. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2006.
2. Арнхейм, Р. Искусство и визуальное восприятие / Р. Арнхейм. М., 1974.
3. Волкова, В.В. Дизайн рекламы: учебное пособие / В.В. Волкова. – М.: Книжный дом «Университет», 1999.
4. Кудин, П. А., Психология восприятия и искусство плаката/ П.А. Кудин, Б.Ф. Ломов., А.А. Митькин. – М.: Плакат, 1987 – 208 с, ил.
5. Курушин, В.Д. Графический дизайн и реклама [Текст] / В.Д. Курушин. – М.: ДМК Пресс, 2001.
6. Миронов, Д.Ф. Компьютерная графика в дизайне: учебник для вузов / Д.Ф. Миронов – СПб.: Питер, 2004.
7. Михайлов, С.Н. Основы дизайна / С.Н. Михайлов, Л.М. Кулеева. – М.: «Союз дизайнеров», 2002.
8. Понамарева, Е.С. Интерьер гражданских зданий / Е.С. Понамарева. – Минск: Выш. шк., 1991.
9. Рожин, И. Архитектурное проектирование общественных зданий и сооружений / Рожин И., Урбах, А. – М., 1985.
10. Лисициана, И. Архитектурное проектирование жилых зданий / И. Лисициана, Е. Пронина – М., 1990.

Дополнительная литература

1. Атраховіч, А.І. Плакат. Гісторыя беларускага мастацтва. Т. 6 / А.І. Атраховіч. – Мінск: Навука і тэхніка. – 1990.
2. Бабурина, Н. И. Россия. XX век. История страны в плакате. / Н.И. Бабурина. – М., Панорама, 2000.
3. Бартенев, И.А. Очерки истории архитектурных стилей / И.А. Бартенев. – М.: Изобразительное искусство, 1983.
4. Бухман, Г.Б. Интерьер и проектирование освещения / Г. Б. Бухман, Л.А. Воронец. – Киев: Будівельник, 1983.
5. Бондаренко, С.В. 3ds Max 8. Библиотека пользователя (+CD) / С.В. Бондаренко, М.Ю. Бондаренко. – СПб.: Питер, 2006.
6. Серов, С.И. Стиль в графическом дизайне / С.И. Серов. – М., 1996.
7. Овруцкий А.В. Анатомия рекламного образа. Фирменный стиль, технологии брендинга, звуковые средства: курс лекций для вузов /А.В. Овруцкий (и др). Санкт-петербург, 2004.
8. Кес, Д. Стили мебели / Д. Кес. – Будапешт: Издательство АН, 1979.

9. Миловская, О.С. Дизайн архитектуры и интерьеров в 3ds Max 8.
/ О.С. Миловская – СПб.: БХВ-Петербург, 2007.

ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ

Анимация (от лат. anima – душа) – особый вид экранного искусства, соединяющий в себе качества статичного изображения (например, рисунка) и сценического действия, развернутого во времени и пространстве.

Flash-анимация

Арт-дизайн — одна из изящных линий развития современного дизайна. Основным качеством, которым будут обладать дизайнерские решения этого направления – это сильная художественная составляющая, основанная на принципах чистого (высокого) искусства.

Архитектурный дизайн - творческая деятельность, связанная с проектированием и руководством процесса создания сооружений, отвечающих утилитарным и духовным потребностям людей.

Баннер - графическое изображение с рекламным сообщением, основное применение в наружной рекламе и в интернет-рекламе.

Бренд (англ.brand), термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации о компании, продукте или услуге.

Брендинг, *Бренд-бук* (brand-book), *Брендинговое агентство*, *Бренд-менеджер*, *Брендбук* - руководство по использованию фирменного стиля. от англ. brand book — книга бренда.

Бриф – (от англ. brief – задание) – краткое изложение проблемы в сжатой, сконцентрированной форме.

Верстка макетов – процесс компоновки текстового и графического материала, в соответствии с созданным ранее макетом, в печатной или электронной форме.

Визитка – небольшого размера карточка, на которой размещаются информационные и контактные данные о ее владельце, чаще всего художественно, оригинально оформленная.

Выставочная продукция – набор приспособлений, которые помогают в проведении различных рекламно-информационных мероприятий и презентаций определенного товара или услуги.

Средовой дизайн - дизайн архитектурной среды (интерьер-экстерьер), услуги дизайнеров, проектирующих художественные праздники, выставки и тд.

Графический дизайн — это вид современного искусства, который заключается в создании графических объектов (листовок, логотипов, визиток, веб-сайтов) при помощи разных видов графики. А также разработка логотипов, символов, эмблем.

Иллюстрация (от латин. illustratio – разъяснение, наглядное изображение),

Креатив – (от англ. creative – творить) уникальные, необычные, запоминающиеся идеи, которые в большинстве случаев являются «изюминкой» при создании рекламно-маркетинговой компании.

Логотип - эмблема компании, знак, стилизованное изображение, символ из графических элементов.

Макетирование — процесс изготовления макета (макет – воссоздание объекта), выполненный в определенном масштабе.

Маркетинг (от англ. market-рынок) – теоретически обоснованная рыночная концепция управления производственно-сбытовой и научно-технической деятельностью предприятия на основе всесторонних исследований рынка.

Модель – макеты, изображения, математические формулы, словесные описания, одушевленные и неодушевленные предметы, схемы, которые создаются или используются человеком, в качестве подобия объекта или явления, многие из них реально функционируют (работают).

Наружная реклама — (от англ. – outdoor advertising) доносит рекламные обращения до потребителя с помощью плакатов, щитов, световых и экранных табло, устанавливаемых обычно на оживленных улицах, вдоль шоссе и железных дорог.

Плакат (от латин. placatum – свидетельство) — большого формата печатный лист, экспонируемый обычно в общественных местах, с целью объявления о чем-либо или рекламными задачами.

Полиграфический дизайн — разработка оригинал макетов для полиграфической печати.

Упаковка - оформление графическими способами внешнего вида товара.

Фирменный стиль — дизайнерское решение корпоративного стиля компании.

Этикетка — чаще всего художественно выполненные, в большинстве случаев бумажные, определенного формата наклейки или кусочки картона (бумаги), на которых содержатся данные о товаре.

ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Пояснительная записка

В связи с появлением новых информационных технологий и компьютерной графики традиционный взгляд на содержание, роль и место в образовании будущего педагога требует существенной переоценки и уточнения. Педагог-художник не должен оставаться в стороне от происходящих в мире изменений, в том числе и научно-технического прогресса, развития культуры, цивилизации. Для эффективного обучения в среде новых информационных технологий и компьютерной графики нужна фундаментальная базовая компьютерно-графическая подготовка.

Использование возможностей компьютерной графики в современном обществе значительно упрощает большинство современных видов деятельности. Компьютерная графика в полиграфии, проектировании интерьера и в других сферах дизайн-деятельности способствуют более эффективной работе при создании творческих проектов.

Все это выявляет потребность современного общества в подготовке специалиста, который сможет профессионально транслировать окружающий мир при формировании и развитии социально-культурной сферы страны.

Учебная дисциплина «Художественное проектирование» будет способствовать развитию творческих способностей студента, совершенствованию и закреплению знаний, умений и навыков организации предметно-пространственной среды, принципов формообразования и эстетизации, воспитанию чувства меры и вкуса.

Цель учебной дисциплины «Художественное проектирование» - формирование у студента знаний и навыков для самостоятельного квалифицированного художественного проектирования объектов в сфере графического дизайна и дизайна среды жизнедеятельности.

Задачи учебной дисциплины:

- овладеть методикой проектирования комплексной графической системы и ее отдельных объектов;
- сформировать художественно-образное и пространственное мышления, художественный вкус, образное представление и творческую индивидуальность;
- овладеть исследовательским и художественно-проблемным анализом ситуации проектирования во взаимосвязи с перспективами развития конкретного объекта проектирования;
- изучить комплекс средств визуального и информационного представления проекта;

Учебная дисциплина «Художественное проектирование» базируется на знаниях, полученных студентами при изучении учебных дисциплин «История искусств», «История графического дизайна», «Композиция», «Цветоведение», «Системы компьютерного проектирования». Требования к уровню освоения содержания дисциплины «Художественное проектирование» определены образовательным стандартом.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **знать**:

- методики художественного проектирования;
- основные принципы организации предметной среды;

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **уметь**:

- проектировать декоративное оформление объектов в соответствии с поставленными задачами;
- передавать навыки, полученные в результате обучения, учащимся общеобразовательной школы;

В результате изучения учебной дисциплины студент должен **владеть**:

- проектными методами художественно-композиционного формообразования;
- принципами комплексного проектирования объектов.

Основными **методами** (технологиями) обучения, адекватно отвечающими целям изучения данной учебной дисциплины, являются:

- проблемное обучение (проблемное изложение, частично-поисковый и исследовательский методы, метод сравнительно-исторического анализа и др.);
- теоретико-информационные (лекционный метод, объяснение, демонстрация, консультирование и др.);
- практико-операционные (упражнения, алгоритм, педагогический показ приемов работы с инструментарием компьютерных графических систем и др.);
- самостоятельная работа;
- проектная технология.

Основными **формами** работы являются:

- лекции;
- лабораторные занятия, на которых постигаются основы композиционной грамоты, усваиваются навыки работы с компьютерно-графическими системами, эскизный поиск, выбор наиболее удачного проектного решения; самостоятельная работа, которая включает работу с литературными источниками, наглядными пособиями, вариантный поиск на стадии эскизов, чистовое выполнение проекта.

Рекомендуемые **методы** обучения:

- информационные (устное изложение, объяснение, мультимедийная демонстрация, консультирование).
- поисково-творческие (наблюдение, творческий диалог, эксперимент).
- методы самостоятельной работы студентов.

Учебная программа по учебной дисциплине «Художественное проектирование» разработана для студента, обучающегося по специальности 1-03 01 03 «Изобразительное искусство и компьютерная графика».

На изучение учебной дисциплины «Художественное проектирование» типовым учебным планом отводится: всего 467 часов, из них аудиторные – 246, лекции – 26 часов, лабораторные занятия – 220 часов.

Рекомендуемые формы контроля – экзамены и зачеты.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№ раздела	№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов		
			Всего	Лекции	Лабораторные занятия
I.					
1		Графическая система на печатных носителях и стилевые признаки их визуальной организации	142	14	128
	1.1	Введение в раздел «графический дизайн»	34	4	30
	1.2	Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях	34	4	30
	1.3	Фирменный стиль и его составляющие элементы	48	4	44
	1.4	Фирменный стиль как комплексная визуальная система	26	2	24
2		Дизайн среды жизнедеятельности	86	10	76
	2.1	Функционально-пространственные основы организации интерьера	10	2	8
	2.2	Художественно-образное решение интерьера	24	4	20
	2.3	Дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме	52	4	48
3		Дизайн среды общественного назначения	18	2	16
	3.1	Планировочное решение внутреннего пространства	6	2	4
	3.2	Объемно-планировочное решение внутреннего пространства проектируемого объекта	12		12
		Всего:	246	26	220

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Графическая система на печатных носителях и стилевые признаки их визуальной организации

Тема 1.1. Введение в раздел «графический дизайн». Место и роль дисциплины в учебном процессе. Цели и задачи дисциплины «Художественное проектирование» в подготовке специалистов. Структура курса, виды занятий и формы контроля. Литература. Художественное оформление и иллюстрирование книг для детей. Особенности дизайна книг. Разработка макета книги. Подготовка графических и текстовых материалов для верстки. Правила и приемы верстки детской книги: пробелы, абзацы, длина строки, управление объемом текста, выделение в тексте, расположение и разметка заголовков, основной, вспомогательный и справочный тексты, особые виды и элементы текста.

Тема 1.2. Художественные приемы разработки плаката для передачи на печатных носителях. Особенности исторического развития плаката, генезис и формирование этого вида искусства в мировой и отечественной практике, формирование и становление национальной художественной школы плакатной графики. Базовые признаки выразительности и актуальности плаката. Психология восприятия искусства плаката. Создание социального и рекламного плаката. Подготовка изображений, графических элементов. Требования к шрифтовому строю плаката. Вариантный поиск решения базовых элементов и их функционально-конструктивных связей в объекте проектирования.

Тема 1.3. Фирменный стиль и его составляющие элементы. История развития фирменного стиля. Основные составляющие элементы фирменного стиля. Виды товарного знака. Функции, принципы создания товарного знака и логотипа. Правовые вопросы использования товарных знаков, логотипов. Товарный знак, логотип в дизайне. Визитка как элемент фирменного стиля. Особенности дизайна визитной карточки. Материалы для визитных карточек. Технология печати и лазерная гравировка визитной карточки. Дизайн фирменного бланка. Определение текстового содержания фирменного бланка, выбор шрифта, подготовка иллюстративного материала. Открытка – как вид графического искусства. Виды открыток. Особенности дизайна. Допечатная подготовка. Разработка комплекса сувенирной продукции с нанесением фирменной символики (визитница, календарь, блокнот, пакет) и фирменной одежды (майка).

Тема 1.4. Фирменный стиль как комплексная визуальная система. Способы формирования изображения. Современные технологии печати: офсетная печать, высокая печать, цифровая печать, шелкотрафаретная печать, флексография, термография, тампография. Особенности допечатной подготовки продукции. Разработка брэндбука, включающего модульную сетку построения изобразительного фирменного знака, а также фирменного знака, основные и дополнительные фирменные цвета, варианты применения

логотипа, варианты применения фирменного блока, рекомендации по применению фирменного знака на носителях различного цвета.

Раздел II Дизайн среды жизнедеятельности

Тема 2.1. Функционально-пространственные основы организации интерьера.

Функциональные, эргономические и технологические аспекты проектирования интерьеров: функционально-пространственное зонирование: взаимосвязь функции и наполнения пространственной среды, факторы, определяющие эргономические требования к интерьеру. Композиционные особенности интерьера. Современные способы решения интерьерного пространства.

Тема 2.2. Художественно-образное решение интерьера.

Художественные средства образного решения интерьера: изобразительные средства для выражения образа пространства, история стилей интерьера, цвет как важнейший компонент формирования пространственной среды. Решаются пространственные и функциональные связи помещений, объемная композиция (планы и разрезы в черно-белой графике, макет в цвете, перспективное построение 2-х комнат, разного назначения выполняется в материале (акварель, цветные карандаши, пастель).

Тема 2.3. Дизайн-проектирование интерьера квартир в многоэтажном жилом доме. Детализация художественно-образного решения внутренней предметно-пространственной среды использованием конкретных декоративных отделочных материалов, с последующим созданием карты образцов отделочных материалов. Основные правила и нормы освещения проектируемого жилого пространства. Выполнение рабочего проекта на основе типового с вариантами перепланировки путем объединения площадей двух комнат в одну и создания большой квартиры повышенной комфортности. Уточнение объемно-планировочного решения пространственных и функциональных связей помещений, объемных композиций (визуализация в 3ds Max).

Раздел III. Дизайн среды общественного назначения

Тема 3.1. Планировочное решение внутреннего пространства

Функционально-пространственное зонирование: взаимосвязь функции и предметного наполнения пространственной среды. Композиционные и эргономические требования к организации общественного интерьера. Современные способы решения пространства общественного интерьера. (планы пола, потолка, электрооборудования, расположение мебели в черно-белой графике).

Тема 3.2. Объемно-планировочное решение внутреннего пространства проектируемого объекта.

Объемно-планировочное решение внутреннего пространства ; разработка интерьера и оборудования, с выявлением декоративной отделки, цветового решения, фактуры материалов, освещения, пространственного решения (визуализация в 3ds Max).