

ФАКУЛЬТЕТ ИСКУССТВ И ИСТОРИИ КУЛЬТУРЫ

подпись _____ ФИО _____

« ____ » _____ 200__ г.

2008/09 учебный год
Весенний семестр
Код курса 07.2.5
Количество кредитов: **3** (120 часов)

Требования для участия в курсе: Базовый курс для студентов программы «Визуальный дизайн и медиа». Требуются знания и навыки по курсам «Формальная композиция», «Цветоведение».

Цель: формирование художественно-образного мышления и понимание принципов формирования визуального сообщения.

Данный курс направлен на изучение стратегий визуальной коммуникации и применение принципов формирования визуального сообщения. Общая цель курса - понимание коммуникативного потенциала визуальных текстов и его реализация в творческих заданиях. Особое внимание уделяется коммуникативному потенциалу пластических элементов визуального сообщения. В процессе курса рассматриваются вопросы выразительности формальных приемов, а также методы и средства формообразования.

Курс является важной составляющей в процессе подготовки специалиста-дизайнера, как творческой личности, способной самостоятельно принимать и обосновывать принятое решение.

Ожидаемые результаты:

1. Овладение навыками работы в различных техниках и материалах.
2. Развитие чувства меры в процессе решения поставленных проектно-творческих задач.
3. Усвоение методологических принципов художественно-образной организации и средств композиционной выразительности различных аспектов предметного содержания.
4. Формирование способности представить конечный результат работы в максимально выразительной художественной форме.

Язык преподавания: русский

Формат работы в курсе: Минимальное ожидаемое от студента время, затрачиваемое на работу в курсе, составляет 6–8 часов в неделю, выполненные задания предоставляются в виде отсканированных изображений в системе Moodle в течение семестра, все взаимодействия со студентами проходят посредством обучающей оболочки Moodle. Аттестация по курсу осуществляется на установочной сессии.

Статус: курс **обязательный** для бакалаврской программы Визуальный дизайн и медиа

Описание курса

Тема 1. Роль визуального в системе коммуникации

Реальное и виртуальное. Смысл сконструированный и смысл данный. "Видеть и верить". Иконическое изображение и реальность.

- Почепцов Г.Г. *Визуальная коммуникация* // Теория коммуникации.- Рефл-бук Ваклер, 2001
- Бергер, Артур. *"Образ и воображение"* // Видеть - значит верить. Введение в зрительную коммуникацию, - 2005, сс. 17-31
- Бергер, Артур. "Как мы видим," 2005. [http://www.elitarium.ru/2005/08/30/kak_my_vidim.html].
- Мусвик В. Иконотворчество масс // Журнал «Власть», N17, 05.05.2003

Практикум: Техники создания коллажа

Коллаж как творческий метод. Техники и принципы создания коллажа. Особенности выразительных средств техники коллажа.

- Лаврентьев А.Н. Реклама - Двигатель коллажа // [КАК).ru [<http://kak.ru/columns/stengaz/a3466/>]
- Collages: Коллаж о коллаже [<http://www.coll.spb.ru/>]

Тема 2. Принципы визуального восприятия

Основные этапы визуального восприятия. Ощущение-восприятие-познание. Внимание. Горизонт ожиданий. Принципы гештальт-восприятия. Понятие перцептивной установки. Культурные, гендерные и личностные аспекты восприятия.

- Шиффман Х. *Общие представления об ощущении и восприятии* // Шиффманн, Х. 2003. Ощущение и восприятие (сс. 22-28)
- Гусев А. Н. *Общая характеристика ощущений и восприятий как познавательных процессов и образных явлений* // Гусев, А. Н. Общая психология. Ощущение и восприятие. М.: 2007 (сс. 11-40).
- Арнхейм, Рудольф. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974 (сс. 54-92)
- Шиффман Х. *Перцептивная установка* // Шиффманн, Х. 2003. Ощущение и восприятие (сс. 296-302)
- Гусев А. Н. *Гендерные особенности восприятия* // Гусев, А. Н. Общая психология. Ощущение и восприятие. М.: 2007 (сс. 344-346)
- Гусев А. Н. *Личностный аспект восприятия - подход New Look* // Гусев, А. Н. Общая психология. Ощущение и восприятие. М.: 2007 (сс. 355-360)

Тема 3. Форма и композиция как пластические знаки.

Типология знаков: иконические и пластические знаки. Особенности функционирования пластических знаков. Значимость пластического уровня в структуре визуального сообщения. Форма. Композиция. Фигура и фон. Орнамент. Баланс. Динамика соотношения элементов. Правая-левая сторона, верх-низ. Типы перспектив.

- Шиффман Х. *Высшие процессы организации восприятия* // Шиффманн, Х. 2003. Ощущение и восприятие (сс. 270-292)
- Арнхейм, Рудольф. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974 (сс. 93-152)
- Александр Лапин, *Плоскость и пространство или Жизнь квадратом*. М., 2005.
- Kress, Gunther, and Theo Van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar Of Visual Design*. 2nd ed. Routledge, 2006.

- Инсапова, Г. И. "Психологические маркеры визуальной рекламы" [<http://www.33333.ru/public/marker.php>].

Тема 4. Цвет как пластический знак.

Цвет как пластический знак. Репрезентативный потенциал цвета. Холодный и теплый цвет. Тональная перспектива

- Иттен, Иоханнес. *Искусство цвета*. Издательство Д. Аронов, 2007.
- Арнхейм, Рудольф. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974 (с. 313 – 343)
- Шиффманн Х. *Цветовое зрение* // Шиффманн, Х. 2003. Ощущение и восприятие (с. 296-302)
- Дубин, Николай. "Цвет в графическом оформлении книги" // КомпьюАрт, no. 4 (2003). [<http://www.ukr-print.net/article/16.htm>].
- Инсапова, Г. И. "Психологические маркеры визуальной рекламы" [<http://www.33333.ru/public/marker.php>].

Тема 5. Специфика восприятия иконического знака. Фотография как иконический знак.

Понятие иконичности. Фотография как иконический знак. Специфика восприятия фотографии. Образ и восприятие. Архетип и изображение.

- Арнхейм, Рудольф. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974 (с. 121 – 125)
- Шиффманн, Х. *Ощущение и восприятие*, 2003 (с. 438-439)
- Эко, Умберто. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию*, ТОО ТК «Петрополис», 1998.
- Барт, Ролан. "Camera Lucida - La chambre claire. Note sur la Photographie." (1980).
- Марк, Маргарет и Пирсон, Кэрол. *Герой и бунтарь: создание бренда с помощью архетипов*. Спб.: Питер, 2005.

Тема 6. Дизайн-продукт как система. Структура коммуникативного акта.

Модель коммуникации. Изображение как элемент коммуникативного акта. Автор, потребитель. Типы контекстов восприятия. Прагматический и эстетический аспекты дизайн-продукта.

- Эко, Умберто. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию*, ТОО ТК «Петрополис», 1998 (с. 7 - 16, 25 - 34, 42 - 43, 104 - 122, 176 - 189, 232 - 247).
- Якобсон, Роман. *Лингвистика и поэтика*. // Структурализм: "за" и "против". -- М., 1975. (с. 193-230).
- Почепцов, Г.Г. *Теория коммуникации* (главы "Семиотические модели коммуникации: Модель Романа Якобсона", "Семиотические модели коммуникации: Модель Умберто Эко")

Список литературы

- Арнхейм, Рудольф. *Искусство и визуальное восприятие*. М., 1974
- Барт, Ролан. *"Camera Lucida - La chambre claire. Note sur la Photographie."* (1980).
- Бергер, Артур. *Видеть - значит верить. Введение в зрительную коммуникацию*, - 2005, сс. 17-31
- Гусев, А. Н. *Общая психология. Ощущение и восприятие*. М.: Издательский центр "Академия", 2007
- Иттен, Иоханнес. *Искусство цвета*. Издательство Д. Аронов, 2007.
- Лапин, Александр. *Плоскость и пространство или Жизнь квадратом*. М., 2005.
- Марк, Маргарет и Пирсон, Кэрол. *Герой и бунтарь: создание бренда с помощью архетипов*. Спб.: Питер, 2005.
- Мусвик В. *Иконотворчество масс* // Журнал «Власть», N17, 05.05.2003
- Почепцов Г.Г. *Теория коммуникации*. - Рефл-бук Ваклер, 2001
- Шиффманн, Х. *Ощущение и восприятие*, 2003.
- Эко, Умберто. *Отсутствующая структура. Введение в семиологию*, ТОО ТК «Петрополис», 1998.
- Якобсон, Роман. *Лингвистика и поэтика*. // Структурализм: "за" и "против". М., 1975.
- Kress, Gunther, and Theo Van Leeuwen. *Reading Images: The Grammar Of Visual Design*. 2nd ed. Routledge, 2006.