Краткий курс лекций

**Тема 1. Предмет и задачи курса. История развития дизайн коммуникации.**

Представление об основах дизайн и коммуникация как развивающего объекта; моделях проектирования, современных тенденциях формообразования, полиграфических материалах. История дизайна коммуникации; эволюцию дизайна коммуникации с учетом технологических преобразований; методики редактирования формы дизайн продукции.

Контрольные вопросы:

1.Опишите историю развития дизайн коммуникации. 2. Охарактеризуйте важнейшие характеристики дизайн коммуникации. 3. Основные используемые термины

Рекомендуемая литература:

1. Лаптев В.В.«Изобразительная статистика» Введение в инфографику. Изд. Эйдос 2012
2. «Визуальные коммуникации в рекламе»Пигулевский В. О. Изд. Гуманитарный центр 2010

**Тема 2. Визуальные дизайн-коммуникации. Передача информации в пространстве.**

1. В газетном дизайне и дизайне веб-страниц коммуникационный дизайн способен облегчить чтение и тогда он выполняет композиционную функцию, как бы прогнозируя разделение текста на части, а также создавая эффект целостности полосы. Визуальные объекты — это то, на что прежде всего направлен взгляд получателя информации. рекламная функция всегда сочетается с экспрессивно-оценочной.

Контрольные вопросы:

* 1. Раскройте понятие визуальные дизайн-коммуникации.
	2. Изложите эволюцию дизайн коммуникации и его функции.
	3. Понятие визуализация изоброжения.

Рекомендуемая литература:

1.Дэн Роэм «Визуальное мышление. Как продавать свои идеи с помощью визуальных образцов» Изд. Эксмо 2013 2.Лаврентьев А. М. Стили визуальные метафоры в дизайне. Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне-М, 1990

**Тема 3. Проектная графика визуальной коммуникции.**

 Качество бумаги, неточность режимов совмещения графического документа могут значительно изменить цвет, придав ему нежелательный подтекст. Кроме самостоятельного значения цвета, в рекламе на его выбор влияют: - создаваемый образ - психологические характеристики аудитории, которые зависят от ее социально-демографического состава - характер объекта рекламы - средства рекламирования и технологии передачи цвета. - общего цветового фона и контактирующих цветов - освещенности объекта - места расположения относительно воспринимающих систем человека

Контрольные вопросы:

1.Сформулируйте этапы развития конструкции визуальных дизайн коммуникации. 2. Основные виды дизайн коммуникации

Рекомендуемая литература:

1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М: 2007.

2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.

**Тема 4. Средства визуальной коммуникации**.

Среди визуальных средств коммуникации целесообразно выделить специальным образом подготовленные изображения и текст, у которых появляются соответствующие функции и признаки при выполнении следующих условий: - их можно классифицировать в пределах одного ресурса и объединять или различать по сформулированным существенным критериям,- их визуальное представление обосновано, целесообразно, ориентировано на пользователя, а не на разработчика или внешнего критика.

Контрольные вопросы:

1. . Опишите средства визуальной коммуникации.
2. Основные виды дизайн коммуникации.
3. Опишите технологию визуальной коммуникации.

Рекомендуемая литература:

1. «Визуальные коммуникации в рекламе»Пигулевский В. О. Изд. Гум.ный центр 2010 2.Дэн Роэм «Визуальное мышление. Как продавать свои идеи с помощью визуальных образцов» Изд. Эксмо 2013 3.Лаврентьев А. М. Стили визуальные метафоры в дизайне. Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне-М, 1990

.

**Тема 5. Визуальная культура**

Процесс формирования языка коммуникации современной визуальной культуры во многом обусловлен технологиями, используемыми для создания, воспроизводства и распространения изображений.

Контрольные вопросы:

1.Раскройте сущность визуальной культуры 2. Понятие визуальные дизайн-коммуникации.

Рекомендуемая литература: 1. Лаврентьев А. М. Стили визуальные метафоры в дизайне. Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне-М, 1990

2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.

3. Морозова Е.Г. Политический рынок и политический маркетинг: концепции, модели, технологии. - М.: 2014.

**Тема 6. Техника и технология визуальной коммуникации**.

Информационная перегрузка, поиски новых форм представления сообщений ведут к возникновению трендов, формирующих культуру медиа. Визуализации являются универсальным языком для передачи информации. Новейшие технологии меняют профессию журналиста. Журналист должен не только собрать и проанализировать информацию, подготовить материал к публикации. Он должен знать технологии и уметь выбрать форму, наиболее эффективно раскрывающую тему.

Контрольные вопросы:

1. Опишите технологию визуальной коммуникации.
2. Сформулируйте этапы развития конструкции визуальных дизайн коммуникации.

Рекомендуемая литература:

1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М: 2007. 2. Дэн Роэм «Визуальное мышление. Как продавать свои идеи с помощью визуальных образцов» Изд. Эксмо 2013 3.Лаврентьев А. М. Стили визуальные метафоры в дизайне. Визуальная культура и визуальное мышление в дизайне-М, 1990

**Тема 7. Массовые коммуникации.**

Массовая коммуникация — процесс производства и воспроизводства [массового](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%BA%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0) сознания *средствами массовой коммуникации* — сначала [периодической](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5_%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5) печатью, радио и телевидением, а затем и другими средствами электронной коммуникации. Массовая коммуникация предполагает производство [сообщений](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), рассчитанных на массовое сознание, и их передачу соответствующими техническими средствами.

Контрольные вопросы:

1. Опишите виды массовых коммуникации.

2. Массовые коммуникации в Казахстане.

Рекомендуемая литература:

1. *Терин В. П.* Основные направления исследований теории массовой коммуникации. // [Социологические исследования](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%B8%D1%81%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F_%28%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%29), 1997, № 11. *2.Терин В. П.* Массовая коммуникация: исследование опыта Запада (издание второе, переработанное и дополненное), М., 2000. 3.[*Харрис Р.*](https://ru.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%A5%D0%B0%D1%80%D1%80%D0%B8%D1%81,_%D0%A0%D0%B8%D1%87%D0%B0%D1%80%D0%B4_%D0%94%D0%B6%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%BE%D0%BD&action=edit&redlink=1) Психология массовых коммуникаций. М.:"[ОЛМА-ПРЕСС](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%9B%D0%9C%D0%90-%D0%9F%D0%A0%D0%95%D0%A1%D0%A1)" 2002.

**Тема 8. Визуальный язык рекламы.**

Язык и стилистические особенности современной рекламы. 1. Слоган и заголовок текста в рекламе. 2. Образные средства в рекламе. 3. Синтаксис рекламного текста. 4. Эмоциональный аспект рекламного воздействия.

Контрольные вопросы:

1. Опишите слоган и заголовок текста в рекламе

2. Перечислите образные средства в рекламе

3. Эмоциональный аспект рекламного воздействия

Рекомендуемая литература:

1. Шатин Ю.В. Построение рекламного текста, 2-ое изд. – М.: Бератор-Пресс,2003. 2. А.Кромптон Мастерская рекламного текста. – Тольятти: «Довгань», 1995. 3. Фещенко Л.Г. Структура рекламного текста: Учебно-практическое пособие. – СПб.: Изд-во «Петербургский институт печати», 2003.

**Тема 9. Коммуникативная функции дизайна**

Коммуникативный дизайн шире «графического дизайна» и «визуальной коммуникации». Единица коммуникации — это сообщение. Инновационость — это вызов коммуникативного дизайна.

Контрольные вопросы:

1.Сформулируйте анализ разновидностей коммуникативного дизайна. 2. Какие компоненты объединяет коммуникативный дизайн.

Рекомендуемая литература:

1. Родькин «Экзистенциальные интерфейсы» М. 2004 с. 175.

2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.

**Тема 10. Этапы проектирования визуальной рекламы**

Успешность дизайн-проектирования определяется не уровнем владения дизайнером компьютерных средств, а, прежде всего, его проектным мышлением. Процесс создания объектов предполагает синтез фантазии, логики и расчета автора, при котором будущий дизайн-объект представляет собой конкретное предложение относительно способа решения проектной проблемы с помощью художественных средств, нацеленных на создание определённого эмоционально-образного эффекта при восприятии потребителя.
1. Выявление проблемы на основе сбора информации
2. Определение потребителя.

1. Поиск методов.
2. Разработка дизайн-концепции.

Контрольные вопросы:

1. Опишите новые технологии и возможности современной визуальной техники.

2. Перечислите основные используемые термины дизайн коммуникации.

Рекомендуемая литература:

1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М: 2007.

2. Шимко, В. Т. Основы дизайна и средовое проектирование : учеб. пособие / В. Т. Шимко. — М. : Архитектура-С, 2004. - 160 с.

3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.

**Тема 11. Проектирования дизайн-объекта** Создание дизайн-объектов возможно только при понимании особенностей дизайнерской деятельности, овладении ее научно-теоретической базой и проектным мышлением. Перечисленные составляющие представляют собой систему, обеспечивающую успешность дизайн-проектирования.

Контрольные вопросы:

1. Изложите проектирования дизайн-объекта с учетом функцональных особенностей

2. Изложите проектирования дизайн-объекта с учетом композицонных и других особенностей

Рекомендуемая литература: 1. Павловская, Е. Э. Дизайн рекламы: стратегия творческого проектирования / Е. Э. Павловская. — Екатеринбург : Архитек-тон, 2002. — 160 с. 2. Кузин, В. С. Психология живописи / В. С. Кузин. — М. : Оникс 21 век, 2005. — 304 с. 3. Быстрова, Т. Ю. Вещь. Форма. Стиль: введение в философию дизайна / Т. Ю. Быстрова. — Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2001. — 288 с.

**Тема 12. Коммуникативный дизайн на социальные темы.**

Коммуникативная функция дизайна реализуется при их последовательном прохождении в процессе расшифровки пользователем информации, заложенной проектировщиком в форму предмета. Нюансы формы, цвета, особенности материала и фактуры, образные характеристики — все это воздействует на психику и сознание, интерпретируется на основе имеющегося опыта и приводит человека к тем или иным действиям.

Контрольные вопросы:

1. Составьте модель планирования коммуникационной деятельности на примере отечественной фирмы, предприятия.

2. Охарактеризуйте приемы создания коммуникативного дизайна на социальные темы

Рекомендуемая литература:

1. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: системные модели, технологии. М: 2007.

2. Быстрова Т. Ю. Философия дизайна : учеб.-метод. пособие. 2-е изд., перераб. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2015. 128 с.

3. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: Академия, 2016.

**Тема 13.** **Медиабезопасность в Казахстане в эпоху глобализации**

Актуальность проблемы медиаобразования и медиабезопасности в любой стране не вызывает сомнений. Однако сомнения вызывает проведение грани между безопасностью и свободой слова. Эта проблема практически не решена нигде. Время от времени вспыхивают скандалы, конфликты, информационные войны.
Объединение усилий государственных органов и общественных организаций, ученых, педагогов, заинтересованных людей поможет в быстрейшем продвижении вопросов медийной грамотности, просвещения, образования, компетентности и безопасности Казахстана.

 Контрольные вопросы: 1. Приготовьте профилактику информационной безопасности, с использованием правовых документов РК. 2. Приведите меры медиабезопасности в Казахстане в эпоху глобализации

Рекомендуемая литература:

1 1 См.: Ахметова, Л. С. Гендер, медиаграмотность и медиаобразование: проблемы и перспективы. Алматы, 2011. С. 287-291

3. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации/ Г.Г. Почепцов. - М.: Рефл-бук: Ваклер, 2001.

4. Бернейс, Э. Пропаганда. - М.: HippoPublishing, 2010.

5. Белл, Д. Грядущее постиндустриальное общество. М.: Академия, 2016.

**Тема 14. Задачи дизайнера коммуникативного дизайна** Основная задача, решаемая коммуникативным дизайном –организация коммуникативных сообщений визуально-графическими средствами. Это особое социальное взаимодействие, имеющее эмоциональный подтекст и построенное на основе визуально-графического языка.. Соединение элементов в единое сообщение - визуально-графический текст - задает определенную программу действий.

Контрольные вопросы:

1.  Что такое коммуникативный дизайн? 2. В чем заключается основная функция коммуникативного дизайна? 3. На чем основан визуально-графический язык?

 Рекомендуемая литература: 1. Лаврентьев А. М. Стили визуальные метафоры в дизайне. -М, 1990 2. «Введение в философию дизайна. Вещь, форма, стиль» Быстрова Т.Ю
Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2001.
3. «Дизайн и время. Стили и направления в современном искусстве и архитектуре». Лакшми Бхаскаран. АРТ-РОДНИК, 2006.

**Тема 15.** **Требования к техническому, визуальному и вербальному исполнению произведении коммуникативного дизайна.**

Понятие и характеристика видов невербального общения; роль и сущность кинесики, просодики, такесики, визуалистики в коммуникативном процессе социума. Уровни и виды невербальных сигналов. Культура невербального общения.Жесты и этикет; гармоничность сочетание жестов и речи; социально-нормированные ситуации употребления жестов.

Контрольные вопросы:

 1.Общение и основные подходы к его определению.

2.Критерии удовлетворѐ нности общением.

3.Методы изучения общения.

4.Вербальные и невербальные средства коммуникации.

Рекомендуемая литература:

1 Дубина Л.В. Исследование невербальных средств коммуникации - М.: Лаборатория книги, 2012. -

2 Тараненко В. Полевые заметки визуального психодиагноста .Мультимедийное Издательство Стрельбицкого, 2013.

3 Бороздина Г.В. Психология делового общения.-М.: Инфра-М, 2013