

*Материалы к государственному экзамену*

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ  
«**ДИЗАЙН СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ  
И КОММУНИКАЦИИ**»

**Основные этапы развития дизайна в России.**

Художественная промышленность России как прототип дизайна. Взаимосвязь художественного творчества и промышленного производства. Идея национального самоопределения в искусстве: русский и неорусский стили. Модерн (1890–1900-е гг.): Ф. О. Шехтель, И. А. Фомин, Е. Д. Поленова, М. Врубель. Объединение «Мир искусства». Первые художественные журналы: «Мир искусства» и «Искусство и художественная промышленность», «Весы», «Золотое руно». Художественные открытки «Общины Святой Евгении».

1910–1920-е гг. М. Ларионов, Н. Гончарова, К. Малевич. Концепция «праязыка»: поэтические сборники, «оптографическое писанино» В. Баранова-Россине. Кубофутуризм как новый принцип организации пространства. Супрематизм (1915–1930-е гг.): эстетическая концепция и философская система. К. Малевич, Л. Лисицкий, В. Татлин.

Конструктивизм (Россия, 1920–1930-е гг.). I этап — формирование концепции (1914–1921 гг.). II этап (1922–1924 гг.). Концепция «производственного искусства». Журналы «ЛЕФ» и «Вещь». ВХУТЕМАС. III этап (вторая половина 1920-х гг.). Методика проектирования системных объектов. Графический дизайн как средство организации процесса восприятия, визуализации структуры страницы на основе модульной сетки. Новый взгляд на иллюстрирование: фотография и фотомонтаж. Конструктивистская типографика.

## **Технологические возможности и ограничения веб-дизайна.**

Безбумажные документы. Основные сведения о PDF. Интернет—основные понятия и термины. Каналы связи, коммуникационные протоколы, сервис провайдер, сервер, DNS сервер, браузер, сайт, гипертекст. Способы обмена информацией: сайт, электронная почта, списки рассылки, форум, чат. Поисковые системы и программы индексации, каталоги, ключевые слова.

Технологические основы веб-дизайна. Программные инструменты. Их преимущества и недостатки. Кириллические кодировки в Интернете, принудительная установка кодовой страницы, проблемы и способы их разрешения. Полоса набора на экране монитора. Единицы измерения. Проблема переменного размера монитора. Композиция страницы как «сценарий», а не как жёстко заданная структура. Особенности воспроизведения цвета в веб-дизайне. Методы анимации изображений. Управление поведением (behavior) объекта.

## **Тенденции развития дизайна периодических изданий в XXI веке.**

Функции дизайна в информационном обществе. Новые требования к дизайну как к визуальному тексту: средство визуализации и организации контента, его упаковка и фирменный стиль. Дизайн как типообразующий признак. Ребрендинг. Редизайн. Рестайлинг. Консалтинговые агентства и дизайн-бюро. Редизайн Guardian, Tages Anzeiger, газеты Ведомости, журнала Секрет фирмы. Рестайлинг фирменных стилей. Прорыв в «третье измерение»—web-дизайн.

Влияние веб-дизайна на графику периодических изданий. Качественное становление дизайна рекламы. Дизайн-бюро и рекламные агентства. Дизайн как визуальная журналистика.

## **Шрифт в графической модели издания.**

Шрифтовые элементы. Деление шрифтов на акцидентные и текстовые: особенности проектирования, графика, размерные

характеристики. Их использование в периодических изданиях. Способы внутритекстовой акциденции (изменения начертания, кегля, цвета, гарнитуры; буква). Шрифт как составная часть «фирменного стиля» изданий разного типа, рекламных публикаций. Тенденции развития шрифтового дизайна.

### **Инструменты электронного создания и редактирования иллюстраций.**

Adobe PhotoShop. Возможности растровой графики. Основные характеристики цифровых изображений. Форматы. Тоновый диапазон, глубина цвета, разрешение. Общий анализ изображения. Области света, теней, цвет. Правила цветовых сдвигов. Подготовка иллюстраций для газеты, журнала, веб-издания. Цветовая коррекция. Ретушь. Монтаж и коллаж. Работа со слоями. Фильтры и эффекты. Инструменты рисования.

Adobe Illustrator. Возможности векторной графики. Инструменты создания и редактирования.

### **Законы композиции в графическом дизайне. Объективность и обусловленность принципов композиции.**

Закон целостности. Признаки, обеспечивающие целостность композиции в периодических изданиях различного типа и в рекламе. Виды цветовых гармоний. Закон соподчиненности. Организация иерархии зон внимания в системах разного уровня. Закон соразмерности. Масштаб в организации основных элементов «фирменного стиля» периодических изданий и рекламы. Основные виды пропорций, используемых в графическом дизайне. Модульная сетка. Закон равновесия. Факторы, влияющие на визуальный баланс композиции. Формальное (симметрия) и неформальное (асимметрия) равновесие. Единство композиции. Представление о единстве композиции в изданиях разного типа. Формальные условия единства.

## **Дизайн рекламных публикаций различного типа.**

Тип рекламы—тип дизайна—тип издания. Рекламное обращение в рамках коммуникационной ситуации. Цель рекламы—вид и форма подачи в прессе. Структура рекламного обращения. Вербальные и визуальные элементы. Их значение в решении основных задач дизайна. Роль трюка в создании эффективной рекламы. Методики привлечения непроизвольного внимания. Особенности аудитории—вид рекламного обращения и особенности дизайна.

## **Особенности дизайна массовых изданий.**

Аудитория и специфика восприятия изданий данного типа. Организация визуального ряда. Агрессивная акциденция как отличительный признак. Шрифтовой дизайн. Характер иллюстрирования. Вариативная вёрстка. Цветовая палитра.

## **Способы организации навигации и акциденции в изданиях разного типа. Тип издания—функции и специфика дизайна. Издания «для чтения» и издания «для разглядывания» и способы визуализации, используемые в них.**

Совмещение требований технологичности и эстетической выразительности. Иерархия текстовых компонентов. Типографика как средство организации конструкции в многостраничном издании. Система шрифтового решения: рубрики, заголовки, подзаголовки, внутритекстовая акциденция, тексты. Виды рубрик и их графическое решение. Использование выразительных средств шрифта (рисунки, начертание, кегель) для обозначения различных уровней текста. Влияние веб-технологий на графический дизайн.

## **Дизайн обложки в журналах различного типа. Функции и особенности дизайна первой полосы в зависимости от типа издания: идентификация, реклама, упаковка.**

Концепция, конструкция и композиция обложки в журналах разного типа. Место логотипа и титульной группы как

базовых констант фирменного стиля издания, их взаимосвязь с другими компонентами конструкции первой полосы. Начало навигации: разновидности анонсов, выносов с внутренних полос. Концепция иллюстрирования.

### **Мультимедийные технологии в современном дизайне. Конвергенция и дизайн СМИ.**

Развитие цифровых способов публикации изданий, компакт-диски, компьютерные сети, Интернет. Проект «электронная бумага» и «конец эры Гутенберга».

Соотношение «бумажного» издания и его электронного продолжения. Интернет-сайт и Интернет-портал. Электронное издание на дисковых носителях — иллюстративное дополнение к бумажному изданию; энциклопедии и справочники, «живые книги», интерактивные учебные курсы.

Анимация и интерактивность. Видео- и аудиоматериалы на электронных «страницах» издания. Методы анимации изображений. Управление поведением (behavior) объекта.

### **Особенности дизайна деловых изданий.**

Визуализация в издании «для чтения». Факторы, предопределившие тип дизайна: аудитория, целевая ориентация, издатель, характер контента, периодичность и формат. Конструкция контента. Шрифтовой дизайн. Модульная система. Виды и способы подачи иллюстраций.

