

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 25.05.2026 15:55:54  
Уникальный идентификатор документа:  
f498e59e83f65dd7c7ce7bb8a25cbbabb33ebc58

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
ИСТОРИЯ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА**

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг

Квалификация выпускника: Бакалавр

Автор-составитель: Одношвина Ю.В.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	5
3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	8
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы .....	22

## 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «История графического дизайна» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знает основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации
	УК-5.2. Умеет вести коммуникацию в мире культурного многообразия и продемонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм; воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте
	УК-5.3. Владеет практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации
ОПК-1. Способен применять знания в области истории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	ОПК-1.1 Знать: историю и теорию искусства, специфику и особенности развития дизайна в культурно-историческом контексте.
	ОПК-1.2. Уметь: выбирать и обобщать информацию о произведениях искусства, дизайна, осуществлять для их оценки искусствоведческий анализ, использовать данные анализа в профессиональной деятельности по созданию дизайн-проектов.
	ОПК-1.3. Владеть: методами искусствоведческого анализа для оценки произведений изобразительного искусства и дизайна, определения их исторической и культурной принадлежности.
ОПК-2. Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях	ОПК-2.1. Знать: методы научных исследований по выявлению тенденций развития дизайна, методы предпроектных исследований и комплексного анализа проблемной ситуации.
	ОПК-2.2. Уметь: выполнять исследовательские работы в сфере дизайна с применением теоретических и эмпирических методов и на этой основе разрабатывать программы дизайн-проектирования, сообщать результаты исследовательской работы на научно-практических конференциях и семинарах.

	ОПК-2.3. Владеть: методами сбора и анализа информации, навыками ее обобщения в процессе проведения исследования, создания научного сообщения.
--	---

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p><i>1 Этап - Знать:</i> УК-5.1. Основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> УК-5.2. Вести коммуникацию в мире культурного многообразия и демонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм; воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> УК-5.3. Практическими навыками анализа философских и исторических фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации</p>
2.	ОПК-1	Способен применять знания в области истории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	<p><i>1 Этап - Знать:</i> ОПК-1.1 Историю и теорию искусства, специфику и особенности развития дизайна в культурно-историческом контексте</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> ОПК-1.2. Выбирать и обобщать информацию о произведениях искусства, дизайна, осуществлять для их оценки искусствоведческий анализ, использовать данные анализа в профессиональной деятельности по созданию дизайн-проектов.</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> ОПК-1.3. Методами искусствоведческого анализа для оценки произведений изобразительного искусства и дизайна, определения их исторической и культурной принадлежности.</p>
3.	ОПК-2		<p><i>1 Этап - Знать:</i> ОПК-2.1. Методы научных исследований по выявлению тенденций развития ди-</p>

		Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследовательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях	<p>зайна, методы предпроектных исследований и комплексного анализа проблемной ситуации</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> ОПК-2.2. Выполнять исследовательские работы в сфере дизайна с применением теоретических и эмпирических методов и на этой основе разрабатывать программы дизайн-проектирования, сообщать результаты исследовательской работы на научно-практических конференциях и семинарах.</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> ОПК-2.3. Методами сбора и анализа информации, навыками ее обобщения в процессе проведения исследования, создания научного сообщения.</p>
--	--	--	--

## 2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p><i>1 Этап - Знать:</i> УК-5.1. Основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> УК-5.2. Вести коммуникацию в мире культурного многообразия и продемонстрировать взаимопонимание между обучающимися – представителями различных культур с соблюдением этических и межкультурных норм; воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контексте</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> УК-5.3. Практическими навыками анализа философских и исторических</p>	<p><b>ЭКЗАМЕН</b> «Оценка «Отлично»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Тема раскрыта в полном объеме на высоком уровне.</li> <li>• ответ отличается четкая логическая выстроенность материала.</li> <li>• продемонстрирован аналитический подход к рассмотрению теоретических положений, свидетельствующий об обширных знаниях данного вопроса.</li> <li>• ответ содержит собственные аргументы и не представляет собой простое воспроизведение лекции или справочного материала.</li> <li>• ответ свидетельствует о чтении дополнительной литературы.</li> <li>• на отличном уровне продемонстрировано умение</li> </ul>

			фактов, оценки явлений культуры; способами анализа и пересмотра своих взглядов в случае разногласий и конфликтов в межкультурной коммуникации	применять примеры, раскрывающие основные теоретические положения.  Оценка «Хорошо»: <ul style="list-style-type: none"> <li>• вопрос раскрыт в полном объеме на хорошем уровне.</li> <li>• ответ логически выстроен.</li> <li>• отсутствуют существенные ошибки и упущения.</li> <li>• недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета.</li> <li>• наличие незначительных неточностей в употреблении терминов, классификаций.</li> <li>• ответ свидетельствует о чтении дополнительной литературы.</li> <li>• на хорошем уровне продемонстрировано умение приводить примеры, раскрывающие основные теоретические положения.</li> <li>• правильные ответы на дополнительные вопросы.</li> </ul> Оценка «Удовлетворительно»: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ответ на вопрос дан в достаточном объеме, однако содержит лишь основные положения, изложенные в лекциях и справочном материале.</li> <li>• поверхностное усвоение программного материала.</li> <li>• затруднение в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.</li> <li>• наличие неточностей в употреблении терминов, классификаций.</li> </ul>
2.	ОПК-1	Способен применять знания в области истории искусств, истории и теории дизайна в профессиональной деятельности; рассматривать произведения искусства, дизайна и техники в широком культурно-историческом контексте в тесной связи с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического периода	<p><i>1 Этап - Знать:</i> ОПК-1.1 Историю и теорию искусства, специфику и особенности развития дизайна в культурно-историческом контексте</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> ОПК-1.2. Выбирать и обобщать информацию о произведениях искусства, дизайна, осуществлять для их оценки искусствоведческий анализ, использовать данные анализа в профессиональной деятельности по созданию дизайн-проектов.</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> ОПК-1.3. Методами искусствоведческого анализа для оценки произведений изобразительного искусства и дизайна, определения их исторической и культурной принадлежности.</p>	
3.	ОПК-2	Способен работать с научной литературой; собирать, анализировать и обобщать результаты научных исследований; оценивать полученную информацию; самостоятельно проводить научно-исследо-	<p><i>1 Этап - Знать:</i> ОПК-2.1. Методы научных исследований по выявлению тенденций развития дизайна, методы предпроектных исследований и комплексного анализа проблемной ситуации</p> <p><i>2 Этап - Уметь:</i> ОПК-2.2. Выполнять исследовательские работы в сфере дизайна с применением теоретических и эмпирических методов и</p>	

		<p>вательскую работу; участвовать в научно-практических конференциях</p>	<p>на этой основе разрабатывать программы дизайн-проектирования, сообщать результаты исследовательской работы на научно-практических конференциях и семинарах.</p> <p><i>3 Этап - Владеть:</i> ОПК-2.3. Методами сбора и анализа информации, навыками ее обобщения в процессе проведения исследования, создания научного сообщения.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ответ аргументирован, но материал изложен кратко.</li> <li>• имеются некоторые упущения и неточности, но серьезные ошибки отсутствуют.</li> <li>• недостаточно продемонстрировано умение приводить примеры, раскрывающие основные теоретические положения.</li> <li>• отсутствие навыков научного стиля изложения.</li> <li>• неточные ответы на дополнительные вопросы.</li> </ul> <p>Оценка «Неудовлетворительно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ответы недостаточно полные, присутствует алогичность в изложении материала.</li> <li>• в ответе отсутствует ряд существенных факторов теоретических положений.</li> <li>• присутствуют ошибки.</li> <li>• большая часть ответа дана не по теме.</li> <li>• теоретические положения не всегда подкреплены фактами и аргументами.</li> </ul>
--	--	--	---	---

**3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

Работа в течение семестра включает в себя:

- исторический и библиографический анализ;
- работу с терминами и определениями;
- изучение различных подходов и методик проектирования в истории графического дизайна;
- изучение основных научных школ, направлений, концепций, этапов развития мирового дизайна;
- изучение ключевых понятий, фактов, дат, имен и характеристик исторических деятелей проектирования
- анализ технических, стилистических и идеологических особенностей графического дизайна и рекламы в разные исторические периоды и в современности.

## 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

**1.1 Работа с терминами и определениями** предполагает разгадывание кроссворда. Кроссворд стимулирует познавательную активность, расширяет кругозор, способствует развитию логического мышления, памяти, творческих способностей, обогащает лексикон новыми словами, повышает грамотность по заданным терминам, способствует осуществлению дифференцированного подхода к обучению (как путем создания ресурсов разного уровня сложности, так и постановкой задач: разгадать/составить). Студентам предлагается самостоятельно составить кроссворды из ниже перечисленных терминов, после предполагается работа в аудитории по решению кроссвордов.

### Термины и определения по предмету "История графического дизайна"

**АБСТРАКТНОЕ ИСКУССТВО**, абстракционизм (от лат. *Abstractio* - отвлечение). Одно из наиболее распространенных направлений в современном искусстве. Для него характерны отказ от изображения реальной действительности, предметов, человека, ликвидация художественной образности. Абстрактное искусство приходит к разрушению формы, отрицает рисунок, композицию, превращает картину в беспорядочное нагромождение пятен (отсюда ташизм, от франц. *Tache* - пятно) или линий. Скульптурные изображения подменяются хаосом случайно взятых предметов (гвозди, проволока и т.д.)

**АВАНГАРД**, авангардизм - стремление порвать с реалистическим искусством, создать нечто противоречащее установившимся нормам художественного вкуса и эстетическим понятиям. Модернистские установки - отрицание культурного наследия, преувеличение роли субъективного начала и формы в искусстве. Первым последовательно модернистским художественным направлением был кубизм, заменивший принцип познания действительности средствами искусства формальным экспериментаторством.

**АВАНГАРДИЗМ (авангард)**, совокупное наименование художественных тенденций, более радикальных, чем модернизм. Их ранний рубеж в изобразительном искусстве 1910-х гг. обозначен фовизмом и кубизмом. Соотношение авангардистского искусства с предшествовавшими стилями, с традиционализмом как таковым было особенно резким и полемичным. Приведя к мощному обновлению всего художественного языка, авангардизм придал особую масштабность утопическим надеждам на возможность переустройства общества посредством искусства, тем более, что его расцвет совпал с волной войн и революций. Во второй половине 20 в. его основные принципы подверглись резкой критике в постмодернизме.

**АЛЛЕГОРИЯ (греч. *allegoria* - иносказание)**, изображение отвлеченной идеи (понятия) посредством образа. Смысл аллегории, в отличие от многозначного символа, однозначен и отделен от образа; связь между значением и образом устанавливается по сходству (лев - сила, власть или царственность). Как троп аллегория используется в баснях, притчах, моралите; в изобразительных искусствах выражается определенными атрибутами (правосудие - женщина с весами). Наиболее характерна для средневекового искусства, Возрождения, маньеризма, барокко, классицизма.

**АМПИР (от франц. *Empire* - империя)** - см. Классицизм.

**АНАМОРФОЗА (греч. *ana* - на, *сверх* и *morfe* - форма)**, эффект наложения одного изобразительного мотива на другой, их зрительного слияния, напр., морской волны и рисунка камня, человеческого тела и древесного ствола. Характерен как для природы, так и для искусства (был особенно популярен в маньеризме и сюрреализме).

**АНИМАЛИСТИЧЕСКИЙ ЖАНР (от лат. *Animal* - животное)** - жанровая разновидность изобразительного искусства, посвященная изображению животных. Художника, который специализировался в данной области, называют анималистом. Выдающимися анималистами были художники XVII-XX веков А. Кейп, П. Поттер, Р. Бонер, А. Бари, Н.Е. Сверчков, А.С. Степанов, Е.А. Лансеро и др.

**АНТИЧНОЕ ИСКУССТВО** (лат. *Antiquus* - древний). Искусство высокоразвитых рабовладельческих обществ Средиземноморья и Передней Азии в I тысячелетии до н.э. (Греция и эллинистические государства, Римская империя). Античное искусство прошло в своем развитии следующие этапы: 1) архаика; 2) классика; 3) эллинизм; 4) римское искусство, которое, в свою очередь, разделялось на несколько стадий, начиная от искусства республиканского Рима до эпохи кризиса Римской империи. Самым плодотворным периодом античного искусства и, вместе с тем, наиболее характерным выражением его основных тенденций был период греческой классики (V-IV вв. до н.э.), когда основной политической формой общества был демократический рабовладельческий полис - город-государство, управляемый коллективом свободных граждан.

**АТРИБУТ** (от лат. *Attributum* - свойство, принадлежность). В области искусства — это постоянный отличительный признак того или иного героя художественного произведения - неизменно связываемый с ним предмет, внешнее свойство или действие. Чаще всего атрибуты применялись в произведениях на мифологические и религиозные темы (например, Нептун обычно изображался с трезубцем, св. Цецилия - за органом и пр.). Атрибут оказывается нередко основным средством для определения сюжета подобных произведений. Атрибут - объект или эмблема, ассоциирующаяся с определенным лицом. Широко употребляется в церковном искусстве и в витражах для обозначения святых (например, святая Катерина изображается с таким атрибутом, как колесо, унизанное остриями, которое напоминает о пытках, ею перенесенных).

**БАСМА** - см. икона.

**БАУХАУС** (нем. *Bauhaus*) — высшая школа строительства и художественного конструирования, учебное заведение, существовавшее в Германии с 1919 по 1933, а также художественное объединение, возникшее в рамках этого заведения, и соответствующее направление в архитектуре и дизайне 20-х годов.

**БАННЕР** — рекламный носитель в Интернет в виде информационного блока определенного размера. Обычно баннер является ссылкой на ресурс рекламодателя.

**БИЛЛБОРД** (англ. *Billboard*, рекламный щит) — термин используется для описания вида наружной рекламы, устанавливаемой вдоль трасс, улиц. Щит представляет собой раму, обитую листами оцинкованной, стали или фанеры, покрытую атмосфероустойчивыми составами, закреплённую на опоре. Появился этот термин в США, когда ряд компаний начали вешивать свои рекламные плакаты «биллы» на деревянных конструкциях.

**БРРОКМАНН Йозеф Мюллер** — (1914–1996) — графический дизайнер и преподаватель, один из наиболее ярких представителей швейцарской послевоенной школы графического дизайна. Его творческие взгляды в значительной степени сформировались под воздействием таких художественных течений, как конструктивизм, «Де стиль», супрематизм и Баухауз. Автор целого ряда книг по типографике, в частности, наиболее известной — «Модульные системы в графическом дизайне. Пособие для графиков и типографов», переведённой и изданной в России.

**БРОУДИ НЕВИЛ (Neville Brody, 1957.)** – английский дизайнер-график, Один из лидеров постмодернистской «новой волны» 80-х, абсолютный законодатель мод в графическом языке 90-х. Культовый арт-директор и иллюстратор журнала «The Face».

**БРЕНД** (англ. *brand* - клеймо) дизайн, разработанный для определённого товара в стиле, отличающимся и выделяющим его на рынке сбыта, посредством упаковки, графических знаков, логотипов и мультимедиа технологий.

Следуя из определения можно выявить очень важный аспект: бренд создаётся с целью разграничения нового продукта, от товаров заменителей. Это основная задача бренда.

Название товара или бренда - это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей.

Для названий брендов существуют некоторые правила, следование которым определяет успешность товара на рынке: легкость произношения и запоминаемость индивидуальность говорящее о качестве и предназначении товара соответствие требованиям регистрации юридической защиты

**БРЕНДИНГ** - это наука, занимающаяся вопросами создания и продвижения на рынок товара, по средствам креативных, маркетинговых и социальных исследований.

**БРЕНД БУК** - Положение о фирменном стиле. Этот документ обычно состоит из двух частей:

Описание фирменного стиля. В эту часть входит подробное описание предназначения каждого элемента фирменного стиля, рекомендации по их использованию и технические характеристики.

Общие положения о фирменном стиле (определение, цель, предназначение) Основные стилеобразующие элементы фирменного стиля (художественно-графические стилеобразующие элементы, слоган)

Использование фирменного стиля. В эту часть входит подробное графическое исполнение всех пунктов фирменного стиля компании с полным описанием композиционного построения и назначением для каждого пункта модульной сетки построения.

Художественно-графические стилеобразующие элементы,  
Оформление атрибутов деловой деятельности компании,  
Оформление наружной, теле- и радиорекламы,  
Оформление инфраструктурных объектов

**Брэнд-бук** (Положение о фирменном стиле) может существовать в электронном и печатном вариантах и предназначено стать практическим пособием для лиц, фирм и подразделений компании, способствующих созданию эффективного и позитивного имиджа компании.

**ВХУТЕМАС**, Высшие Государственные художественно-технические мастерские (произн.: "Вхутэмас") - наименование московского художественного вуза в период с 1920/21 по 1926/27 учебный год. ВХУТЕМАС образовался путем слияния Первого государственных свободных художественных мастерских со Вторыми (см. Государственные свободные художественные мастерские), т.е. бывшего Строгановского училища с бывшим Училищем живописи, ваяния и зодчества. ВХУТЕМАС включал факультеты: живописный, полиграфический, скульптурный, архитектурный, текстильный, керамический, деревообделочный и металлообрабатывающий. Программы ВХУТЕМАСа были разработаны формалистическим "Институтом художественной культуры", решительно отрицавшем идейно-образную сущность искусства. К концу 1921- началу 1922 г. на живописном факультете появились реалистические мастерские А.Е. Архипова, Д.Н. Кардовского и класс анатомического рисования Д.А. Щербиновского. В 1926/27 учебном году ВХУТЕМАС был переименован во ВХУТЕИИИ (Высший государственный художественно-технический институт). Вхутемасом назывался также ленинградский художественный вуз (бывш. Академия художеств) в период с 1923 по 1925 гг.

**ГЕОМЕТРИЧЕСКАЯ АБСТРАКЦИЯ**, один из видов абстрактного искусства, предпочитающий композиции, в основе которых - строгая ритмика геометрических или (в скульптуре) стереометрических фигур. Ее ранние варианты (отчасти орфизм Р. Делоне и Ф. Купки, а также супрематизм К. С. Малевича и неопластицизм П. Мондриана) сочетают рационализм с романтикой, тяготея к построению "абсолютных" красочно-графических монументальных символов, выражающих мистические законы космоса. В то же время геометрическая абстракция впитала в себя и технократический пафос конструктивизма. Во второй половине 20 в. в таких течениях, как оп-арт и постживописная абстракция, геометрическая абстракция сохраняет свой "рационалистический мистицизм", еще теснее сближаясь с многообразной динамикой современной жизни.

**ГЕРБ** - геральдическое изображение, включающее в себя, как правило, такие атрибуты, как шлем и крест. Происхождение словосочетания "coat of arms" (герб) в английском языке

связано с историческими событиями: средневековые рыцари носили одеяние, которое, защищая от палящих лучей солнца, одновременно содержало эмблему и цвета, которые принадлежали роду их владельца. Одеяние покрывало и оружие ("coat of arms" - одеяние оружия). Отсюда же происходит и английское слово "turncoat" (дословно, "повернуть одеяние"), означающее измену своей партии, принципам или отказ от верности. Поначалу слово относилось к тем, кто намеренно прикрывал изображение своей эмблемы.

**ГЛАЗУРЬ** (нем. glasure). В технологии художественной керамики (см.) тонкий стекло-видный слой, которым покрывают поверхность керамического изделия в процессе его изготовления. Главное назначение глазури - увеличивая прочность изделия, обогащать его декоративные свойства. Глазурь бывает цветной и бесцветной, прозрачной и кроющей (глухой, опакующей, блестящей, матовой). Особенно богата цветом восстановительная глазурь, которая получается при обжиге с недостатком кислорода, углекислым пламенем. Глазурь теневая наносится на слегка рельефную или гравированную поверхность. Ее назначение - воспроизводить соответствующий рисунок различиями в толщине слоя. Кристаллическая глазурь отличается особым рисунком, напоминающим морозные узоры на стекле. Особый раздел составляют так называемые, "соляные" глазури, получающиеся в результате оплавления глиняной поверхности парами поваренной соли. Соляные глазури отличаются легким, полуматовым блеском и сохраняют все мельчайшие детали скульптурной обработки поверхности; при добавлении в глазурь окиси она теряет свою прозрачность, становится белой и называется в этом случае эмалью. См. также Кракле.

**ГОТИКА** (от итал. gotico, букв. - готский, от названия германского племени готов), готический стиль, художественный стиль (между сер. 12 и 15-16 вв.), завершивший развитие средневекового искусства в Западной, Центральной и отчасти Восточной Европе. В готике отразились кардинальные изменения в структуре средневекового общества. Ведущим архитектурным типом стал городской собор: каркасная система готической архитектуры (стрельчатые арки опираются на столбы; боковой распор крестовых сводов, выложенных на нервюрах, передается аркбутанами на контрфорсы) позволила создавать небывалые по высоте и обширности интерьеры соборов, прорезать стены огромными окнами с многоцветными витражами. Устремление собора ввысь выражено гигантскими ажурными башнями, стрельчатыми окнами и порталами, изогнутыми статуями, сложным орнаментом. Развивались градостроительство и гражданская архитектура (жилые дома, ратуши, торговые ряды, городские башни с нарядным декором). В скульптуре, витражах, живописных и резных алтарях, миниатюрах, декоративных изделиях символично-аллегорический строй сочетается с новыми духовными устремлениями, лирическими эмоциями; расширяется интерес к реальному миру, природе, богатству переживаний. В 15-16 вв. готику сменяет Возрождение.

**ГРАВЮРА** (франц. Gravure, от graver - вырезать). В изобразительном искусстве раздел графики, включающий произведения, исполненные посредством печатания с гравированной доски. Отдельное произведение соответствующего раздела графики также называется гравюра. Гравюра называется оригинальной, если она целиком, включая всю обработку доски, исполнена самим художником. Гравёр - мастер, занимающийся любой разновидностью гравирования по металлу, стеклу, камню, дереву, линолеуму и пр. Гравюра - это оттиск с доски, на которой вырезан рисунок и покрыт специальной краской. Как же художники создают гравюру? Сначала художник делает рисунок будущего произведения на доске из твёрдого дерева. Затем все места в картине, которые должны быть белого цвета, художник-гравёр углубляет с помощью специальных резцов - штихелей. Места в рисунке, которые должны быть чёрными, художник не трогает. Кроме чёрного и белого цветов в гравюрах есть и различные оттенки серого цвета. Такие места в рисунке художник гравёр как бы заштриховывает штихелем, то есть прорезывает штрихи. От толщины и глубины прорезанных штрихов зависит оттенок серого цвета. Чем глубже вырезана линия, тем темнее она будет. Когда весь рисунок вырезан, на него валиком наносят специальную краску, затем накладывают лист бумаги и плотно при-

жимают к доске прессом. Так и получается гравюра. Несмотря на то, что в гравюре используются лишь чёрно-белые тона, рисунки получаются очень выразительными. Художники-гравёры в своих произведениях могут передать и красоту сверкающего на солнце снега, и хмурое, пасмурное небо, и характерные особенности животных и птиц.

**ГРАФИКА** (франц. Graphique - линейный, от греч. Grapho - пишу, рисую). Один из видов изобразительного искусства, близкий живописи со стороны содержания и формы, но имеющий свои собственные конкретные задачи и художественные возможности. В отличие от живописи, основным изобразительным средством графики является однотонный рисунок (т.е. световая линия, светотень): роль цвета в ней остается сравнительно ограниченной. Со стороны технических средств графика включает в себя рисунок в собственном смысле слова - во всех его разновидностях. Как правило, произведения графики исполняют на бумаге, изредка применяются и другие материалы (например, шелк или пергамент). В зависимости от назначения и содержания, графика подразделяется на станковую, которая охватывает произведения самостоятельного значения, не требующие для раскрытия своего содержания связи с литературным текстом; книжную и журнально-газетную. Рисунки, сделанные карандашом, тушью или углём - всё это графика. Произведения графического искусства мы видим не только на выставках, но и часто встречаем их в жизни. Рисунки художников в книжках и журналах - это книжная графика. Когда мы поздравляем своих близких с праздником, мы покупаем открытку, наклеиваем марку на конверт. И открытку, и марку, и картинку на конверте нарисовал художник. Это - прикладная или промышленная графика. Красивые картинки на обёртках конфет, пакетах йогурта, сока и разных других товарах - всё это рисовали художники - графики.

**ГРАФФИТИ** (итал., "graffio" - царапать) -- впервые слово стало употребляться по отношению к надписям, найденным при раскопках города Помпеи в 1755 году, когда город был расчищен от вулканического пепла, под которым был погребен после извержения Везувия в 79 году н. э.

**ГРАФЕМА** - письменный символ, используемый для того, чтобы выразить единицу речи - фонему. Примером могут служить 26 букв английского или 32 буквы русского алфавита.

**ГРОТЕСК** (франц. grotesque, букв. - причудливый; комичный)

1) орнамент, в котором причудливо, фантастически сочетаются декоративные и изобразительные мотивы (растения, животные, человеческие формы, маски).

2) Вид художественной образности, обобщающий и заостряющий жизненные отношения посредством причудливого и контрастного сочетания реального и фантастического, правдоподобия и карикатуры. Резко смещая формы самой жизни, создает особый художественный мир, который нельзя понимать буквально или расшифровать однозначно, как в аллегории: гротеск устремлен к целостному и многогранному выражению основных, кардинальных проблем человеческой жизни. Издревле присущ художественному мышлению (мифология, произведения Ф. Рабле, Н. В. Гоголя, Ф. Кафки, М. А. Булгакова, Х. Босха, П. Брейгеля, О. Домье, М. Шагала и др.).

- Гротеск - это не прием, не грубо карикатурное, в причудливо-фантастических формах, передразнивание каких-то явлений - Это принцип изображения жизни, особый угол зрения при ее восприятии и трактовке. Один немецкий эстетик ужасался странностям гротеска, полагая, что они представляют собой бесцельную сумасшедшую игру: "Форма вовлекается в своего рода безумие, и ее твердые очертания расплываются в неистовом вихре. Фигуры животных перемешаны с человеческими, жизнь - с неодушевленной природой, технические предметы выступают как части человеческого тела.""

Гротеск - живописное украшение, по образцу найденных в римских подземельях, из пестрой смеси людей, животных, растений и пр. В арабесках и моресках нет людей, ни животных, ни живых, ни сказочных. В музыке и мимике гротеском называют все странное, дикообразное и притом забавное.

**ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОЕ ИСКУССТВО.** Ещё в древние времена люди стремились украсить свой быт - украшали узорами глиняную посуду, вырезали красивый орнамент на рукоятке ножей. Мастера древней Греции славились умением делать украшения из золота. В России долгими зимними вечерами мастерили игрушки и посуду из глины и дерева, вышивали узоры на полотенцах и скатертях, плели причудливые кружева. Дома нас окружают различные предметы, которые нужны нам для разных целей - вазы, скатерти, подсвечники, посуда, заколки для волос. Если эти предметы побывали в руках художника, и он украсил их узором или орнаментом, то эти предметы называют произведениями декоративно-прикладного искусства. Декоративное - значит украшенное, а прикладное - значит то, к чему приложено умение делать что-то руками.

**ДИЗАЙН. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДИЗАЙНА,** принятое в 1964 году международным семинаром по дизайнерскому образованию в Брюгге: "Дизайн - это творческая деятельность, целью которой является определение формальных качеств промышленных изделий. Эти качества включают и внешние черты изделия, но главным образом те структурные и функциональные взаимосвязи, которые превращают изделие в единое целое как с точки зрения потребителя, так и с точки зрения изготовителя."

**ДОМИНАНТА** - (лат. *dominans, dominantis*) - господствующий. Доминировать - господствовать, преобладать; возвышаться (над окружающей местностью).

**ДЕКАДЕНТСТВО** (франц. *decadence*; от средневекового лат. *decadentia* - упадок), обозначение течения в литературе и искусстве кон. 19 - нач. 20 вв., характеризующегося оппозицией к общепринятой "мещанской" морали, культом красоты как самодовлеющей ценности, сопровождающимся нередко эстетизацией греха и порока, амбивалентными переживаниями отращения к жизни и утонченного наслаждения ею и т. д. (французские поэты Ш. Бодлер, П. Верлен, А. Рембо и др.; журнал "Декадент", 1886-89; см. Символизм). Понятие декаданса - одно из центральных в критике культуры Ф. Ницше, связывавшего декаданс с возрастанием роли интеллекта и ослаблением изначальных жизненных инстинктов, "воли к власти".

**ЖАНР** (франц. *Genre* - род, вид). В изобразительном искусстве: понятие, характеризующее область искусства, ограниченную определенным кругом тем. Различают, в основном, жанр исторический, бытовой, батальный; жанр портрета, пейзажа, натюрморта. Понятие жанра сложилось в XV - XVI вв.: разделение искусства на отдельные жанры способствовало более глубокому изучению и отражению в искусстве действительности, а также выработке и развитию необходимых для этого средств. Современное понятие жанра оказывается особенно развитым на почве станковой живописи. В скульптуре подразделения на жанр почти не существует, т.к. здесь в основу классификации кладется скорее целевое назначение скульптурного произведения, чем тематический принцип. Но и тут сохраняется все же устойчивый тематический жанр портрета.

**ЗНАК** (фр., *"signe"*; лат., *"signum"* - отметка) -- созданное человеком изображение, смысл которого известен. С 15 века слово "sign" стало встречаться в качестве глагола "подписывать", причем подписью был крест, которым, согласно профессору Уикли, "большинство из наших предков "подписывали" письма в конце вместо того, чтобы ставить свои имена". В настоящее время словом "sign" обозначается как любое графическое изображение, передающее какое-либо специальное сообщение (например, математический знак), так и жест, выражающий какую-либо информацию или команду. Этим словом могут обозначаться также плакаты, транспаранты и другие средства, являющиеся носителями информации.

**ЗОЛОТОЕ СЕЧЕНИЕ** (золотая пропорция, деление в крайнем и среднем отношении, гармоническое деление), деление отрезка AC на две части таким образом, что большая его часть AB относится к меньшей BC так, как весь отрезок AC относится к AB (т. е.  $AB:BC = AC:AB$ ). Приблизненно это отношение равно  $5/3$ , точнее  $8/5$ ,  $13/8$  и т. д. Принципы золотого сечения используются в архитектуре и в изобразительных искусствах. Термин "золотое сечение" ввел Леонардо да Винчи.

**ИЕРОГЛИФ** (греч., "хиерос" - святой, "глифен" - вырезать, "грамма" - буква) - употреблялось греками для обозначения "священных знаков" - символов, вырезанных на камнях древними египтянами. С конца 19 века — это слово также используется для обозначения знаков в виде рисунков, таких, как у майя или ацтеков. Также этим словом обозначаются буквы или символы с тайным значением и какие-нибудь с трудом понимаемые надписи.

**ИКОНА** (греч., "еикон" - образ, подобие) - обозначает "священный образ" или "объект поклонения".

**ИКОНОГРАФИЯ** (от греч. Eikon - изображение и grapho - пишу, описываю). Перечень изображений определенного лица, события, сюжета и пр., а также описание и систематическое изучение таких изображений. Важнейшим материалом иконографии являются произведения живописи, графики и скульптуры (часто очень неравноценные по своим художественным достоинствам). В течение многих столетий, до недавнего появления фотографии, других изобразительных материалов вообще не существовало. В связи с искусством прошлого, иконографией данного лица или события называют также систему канонических правил, принятых или предписанных для соответствующих изображений.

**КАЛЛИГРАФИЯ** - искусство красивого и четкого письма; слово происходит от греческого "калос" - красота. Противоположность - "какография" (греч., "какос" - плохо) - плохое, малоразборчивое изображение букв.

**КАТАЛОГ** (позднелат. catalogus - перечень, список). Указатель художников или произведений искусства в алфавитном порядке. В библиотеке - указатель печатных изданий.

**КЛИНОПИСЬ** (англ., "cuneiform" - клинопись) -- происходит от латинского "cuneus" - острие. Понятие ввел Томас Хайд, профессор Оксфордского университета (1636-1703) для обозначения письменности, в которой знаки наносились на глину заостренными палочками.

**КЕРАМИКА** (греч. Keramike - глиняный, гончарный). В декоративно-прикладном искусстве: все разновидности художественных изделий из обожженной глины специального состава и изготовления, и, в первую очередь фарфор, фаянс, майолика, терракота, гончарные изделия. Керамике доступны широкие художественные возможности. Ее основное сырье (глина) обладает всеми скульптурно-пластическими свойствами, а техника росписи и специальные глазури (см.) дают богатейшие цветовые средства. Область применения керамики очень обширна и простирается от мелких и широко употребительных бытовых предметов (например, посуды) до архитектурных деталей или крупной декоративной скульптуры. В простейшей форме керамика существовала в доисторическую пору, а весьма совершенные ее образцы дошли уже от времени Древнего Египта.

**КЛАССИЦИЗМ** (франц. classicisme). Художественное направление в европейском искусстве XVII-XIX веков, возникшее в эпоху окончательного сложения в Европе мощных централизованных национальных монархий. Признавая высшим образцом античное искусство и, опираясь также на традиции Высокого Возрождения, художники классицизма стремились к выражению идеи гармонического устройства общества, основанного на вечных и неизменных "законах разума", где индивидуальность целиком подчинена интересам нации, государства, и главной добродетелью гражданина является всепобеждающее чувство долга.

**КОЛЛЕКЦИЯ** (от лат. Collectio - собирание). Систематическое собирание каких-либо однородных предметов, представляющих научный, исторический или художественный интерес. Слово "коллекция" впервые употреблено Цицероном (1 век до н.э.) в речи "О назначении Гнея Помпея полководцем" в значении: собирание разрозненных частей в одно целое.

**КОМПОЗИЦИЯ** - (лат. compositio) - сочинение, составление; соединение, связь. В литературе и искусстве - построение (структура) художественного произведения, расположение и взаимосвязь его частей, обусловленные идейным замыслом и назначением произведения.

**КОНСТРУКТИВИЗМ**, направление в изобразительном искусстве, архитектуре и дизайне 20 в., поставившее своей целью художественное освоение возможностей современного

научно-технического прогресса. В зодчестве тесно примыкает к рационализму и функционализму. Сложилось в 1910-е гг., прежде всего на базе кубизма и футуризма, разделившись вскоре на два обособленных (хотя и постоянно взаимодействующих) потока: "конструктивизм социальный", тесно связанный с задачами "социальной инженерии", создания нового человека путем радикального преобразования окружающей его предметно-материальной среды (эта линия наиболее интенсивно развивалась в Советской России 1920-х гг., в теории и практике ЛЕФа, в производственном искусстве) и "конструктивизм философский" (более характерный для капиталистических стран), ставящий социально-преобразовательные цели в более отвлеченно-созерцательном плане (прежде всего - в различных видах геометрической абстракции). Обе традиции вошли в кинетизм, пародийно отразившись в деконструктивизме.

**КОНЦЕПТУАЛЬНОЕ ИСКУССТВО**, течение в авангардистском искусстве 1960-90-х гг., поставившее целью переход от создания художественных произведений к воспроизводству "художественных идей" (т. н. концептов), которые инспирируются в сознании зрителя с помощью надписей, безличных графиков, диаграмм, схем и т. п.

**КОПИЯ** (лат. *Copia* - множество, запас). Художественное произведение, повторяющее другое произведение с целью воспроизвести его как можно точнее. Полноценная копия должна соответствовать оригиналу как размером и техническими средствами, так и качеством исполнения. На практике данный термин применяется к произведениям различных свойств и достоинств. Копия, исполненная автором оригинала, часто носит специальное наименование дублета, реплики, повторения.

**КУБИЗМ** (франц.  *cubisme*, от *cube* - куб), авангардистское течение в изобразительном искусстве 1-й четв. 20 в. Развивалось во Франции (П. Пикассо, Ж. Брак, Х. Грис), в других странах. Кубизм выдвинул на первый план формальные эксперименты - конструирование объемной формы на плоскости, выявление простых устойчивых геометрических форм (куб, конус, цилиндр), разложение сложных форм на простые.

**ЛИГАТУРА** (лат., "*ligature*" - связывать) -- печатный знак, представляющий собой комбинацию двух или более знаков.

**ЛИЧНОЕ** - в иконописи - написание ликов и рук. В первой половине XVIII века этот термин продолжал использоваться и в светской живописи маслом. В отличие от личного "доличное" - означает изображение одежды.

**ЛИТОГРАФИЯ** - широко распространенная разновидность графической техники, связанная с работой на камне (плотный известняк) или заменяющей его металлической пластине (цинк, алюминий). Литография выполняется художником на поверхности камня жирным литографским карандашом и специальной тушью. Вслед за травлением камня кислотой рисунок смывают; взамен наносится типографская краска. Ее накатывают валиком по увлажненному камню. Печатают на специальном станке (см. также автолитография).

**ЛОГОГРАММА** (греч., "*логос*" - слово) - любой символ, знак и т. д., который заменяет слово: например, & вместо "и", # вместо "номер" (в США). Использование знаков вместо слов называется логографией.

**ЛОГОТИП** (греч., - отпечаток слова) - термин, обозначающий в 19 веке небольшие печатные формы, содержащие две или несколько часто употребляемых букв (например, вместо "and" - &), созданные в целях ускорения набора; позднее так стали называться адреса, названия или торговые марки, отлитые в виде печатной формы единым куском. В наши дни — это слово часто сокращают до слова "лого" и так иногда называют торговую марку (специальное изображение, представляющее компанию или организацию), что вносит определенную путаницу. Становится не вполне понятным, о чем идет речь: о логотипе, знаке, либо об их композиции.

**МАНЬЕРИЗМ** (итал. *manierismo*, от *maniera* - манера, стиль), направление в западно-европейском искусстве 16 в., отразившее кризис гуманистической культуры Возрождения. Внешне следуя мастерам Высокого Возрождения, маньеристы (в Италии живописцы Я. Понтормо, Ф. Пармиджанино, А. Бронзино, скульпторы Б. Челлини, Джамболонья) утверждали неустойчивость, трагические диссонансы бытия, власть иррациональных сил, субъективность

искусства. Произведения маньеристов отличаются усложненностью, напряженностью образов, манерной изощренностью формы, а нередко и остротой художественных решений (в портретах, рисунках и др.).

**МАРКА СЕМЕЙСТВА ТОВАРОВ** (house mark) - совокупность групп товаров, обозначающихся одним конкретным брендом.

**МОДЕРН** (франц. *moderne* - новейший, современный) ("ар нуво", "югендстиль"), стилевое направление в европейском и американском искусстве кон. 19 - нач. 20 вв. Представители "модерна" использовали новые технико-конструктивные средства, свободную планировку, своеобразный архитектурный декор для создания необычных, подчеркнуто индивидуализированных зданий, все элементы которых подчинялись единому орнаментальному ритму и образно-символическому замыслу (Х. ван де Велде в Бельгии, Й. Ольбрих в Австрии, А. Гауди в Испании, Ч. Р. Макинтош в Шотландии, Ф. О. Шехтель в России). Изобразительное и декоративное искусство "модерна" отличают поэтика символизма, декоративный ритм гибких текучих линий, стилизованный растительный узор.

**МОНОГРАММА** (греч., - простая линия) - сначала означала изображение, нарисованное одной линией, позднее - знак, составленный из двух или более связанных букв, обычно инициалы; в наши дни так называются буквы или изображения, которые ставят на предметах обихода для указания на их владельца. "Рукав его костюма зацепился за поднос, который упал на пол. На днище оказались буквы - Э. К. Эта изящная монограмма была разработана одним из известных шведских дизайнеров. Эти же буквы - Э. К. - были бесчисленное множество раз повторены в рисунке пола, на стенах в комнате ожидания; на дверях кабинета. Э. К. красовались на вывеске ресторана...

**НАГРУДНЫЙ ЗНАК** - появился как нашивка на одежде, служившая отличительным знаком слуг или тех, кто следовал за королем или лицом королевского рода. Теперь используется как знак принадлежности к определенному общественному слою, к школе, университету, организации и т. д., или для того, чтобы обозначить ранг. Шекспир использовал это слово как метафору: Шейлок в Венецианском купце говорит: "Терпение — это нагрудный знак нашего племени". Для мистера Причарда, персонажа книги "Сбившийся с пути автобус" Стейнбека, меховая шуба " ... служила нагрудным знаком их положения. Она определяла их как процветающих, консервативных и довольных жизнью людей". В США выпускались нагрудные знаки, отлитые в металле, из пластика и т. д., и их называли "buttons" - пуговицы, поскольку первые такие знаки выпускались пуговичными фабриками и походили на пуговицы. С обратной стороны эти "пуговицы" имели булавки (это соединение было запатентовано в 1893 году компанией "Уайтхед энд Хог Компани" из города Ньюарка, штат Нью-Джерси).

**НАЗВАНИЕ ТОВАРА ИЛИ БРЕНДА** (trade name) - это название, с помощью которого, потребитель отличает данный товар или группу товаров от товаров заменителей.

**НЕОПЛАСТИЦИЗМ** (гол. *neoplasticism*), течение в голландском искусстве, связанное с архитектурно-художественным журналом "Стиль" (1917-28). Выдвигало идею "универсальной гармонии", воплощенной в "чистой", геометризованно обобщенной форме. Дав плодотворные результаты в архитектуре и художественной промышленности (П. Ауд, Г. Ритвелд), неопластицизм в станковом искусстве (П. Мондриан) выразился в создании одного из вариантов абстрактной живописи - комбинациях крупных прямоугольных плоскостей, окрашенных в основные цвета спектра.

**ПЕТРОГЛИФ** (от лат., "petra" - камень) -- высеченные на скалах изображения, относящиеся к доисторическому периоду.

**ПЕТРОГРАММА** - рисунок или надпись на скале.

**ПЕЧАТЬ** (анг., "seal" - печать, восходит к лат., "sigillum" - печать, а это, в свою очередь, служит уменьшительным от "signum" - знак) -- обычно выгравированная в металле эмблема или знак, используемая для оттиска на бумаге или сургуче как символ идентификации владельца или полученных полномочий. История использования печатей восходит примерно к 3

тысячелетию до н. э., к искусству древних шумеров, чьи печати представляли собой вырезанные на камне пиктограммы, идентифицировавшие владельца; оттиск наносили на сырой глине, поворачивая грани печати по кругу.

**ПИКТОГРАММА** - стилизованное и легко узнаваемое графическое изображение, упрощенное с целью облегчения визуального восприятия. Ее цель заключается в усилении характерных черт изображаемого предмета. Схема проста: увидел - узнал - понял. Увидел потому, что она привлекла внимание; узнал то, что изображено на ней; понял, что же именно она хочет тебе сообщить. Пиктограмма (лат., "pictus" - нарисованный) -- изображение, используемое в качестве символа в ранних системах письменности.

**РОКОКО (франц. rococo).** Стилистическое направление, развивавшееся в XVIII веке, главным образом, во Франции в период регентства и правления Людовика XV. Рококо возникло как стиль по преимуществу декоративный, связанный с придворными празднествами и развлечениями аристократии. Игривость, легкая развлекательность, прихотливое изящество - черты, свойственные рококо, особенно сказались в орнаментально-декоративной трактовке архитектуры и прикладных искусств. Орнаментика из причудливо переплетающихся гирлянд, раковин, цветов, завитков, манерно изогнутые линии маскируют конструкцию зданий, сообщают утвари и мебели изысканно-хрупкие формы, не вяжущиеся с их прямым назначением. В живописи рококо культивируются фривольно трактованные мифологические мотивы, преобладает тематика "галантных" сцен и пасторалей: типичны произведения Ф. Буше и Н. Ланкре. Поздней разновидностью стиля рококо является рокайль (от франц. rocaille - украшение из раковин).

**СИМВОЛ (греч. - знак, сигнал, признак, примета, залог, пароль, эмблема),** знак, который связан с обозначаемой им предметностью так, что смысл знака и его предмет представлены только самим знаком и раскрываются лишь через его интерпретацию.

**СТИЛЬ,** общность образной системы, средств художественной выразительности, творческих приемов, обусловленная единством идейно-художественного содержания. Можно говорить о стиле отдельных произведений или жанра (напр., о стиле русского романа сер. 19 в.), об индивидуальном стиле (творческой манере) отдельного автора, а также о стиле целых эпох или крупных художественных направлений, поскольку единство общественно-исторического содержания определяет в них общность художественно-образных принципов, средств, приемов (таковы, напр., в пластическом и др. искусствах романский стиль, готика, Возрождение, барокко, рококо, классицизм). Особенности литературного стиля ярко проявляются в речи художественной.

**СТРУКТУРА** ж. лат. устройство, строенье, состав, строй, склад.

**СУПРЕМАТИЗМ,** стиль положенный К. С. Малевичем в основу своих художественных экспериментов 1910-х гг., К. С. Малевич считал его высшей точкой развития искусства (отсюда название, производное от лат. supremus, "высший, последний"), которому свойственны геометрические абстракции из простейших фигур (квадрат, прямоугольник, круг, треугольник). Оказал большое влияние на конструктивизм, производственное искусство. Сам Малевич и его ученики (Н. М. Суевин, И. Г. Чашник и др.) неоднократно переводили супрематическую стилистику в архитектурные проекты, дизайн предметов быта (в особенности художественного фарфора), оформление выставок.

**СЮРРЕАЛИЗМ (франц. surrealisme, букв. - сверхреализм),** направление в искусстве 20 в., провозгласившее источником искусства сферу подсознания (инстинкты, сновидения, галлюцинации), а его методом - разрыв логических связей, замененных свободными ассоциациями. Сюрреализм сложился в 1920-х гг., развивая ряд черт дадаизма (писатели А. Бретон, Ф. Супо, Т. Тцара, художники М. Эрнст, Ж. Арп, Ж. Миро). С 1930-х гг. (художники С. Дали, П. Блум, И. Танги) главной чертой сюрреализма стала парадоксальная алогичность сочетания предметов и явлений, которым виртуозно придается видимая предметно-пластическая достоверность.

**ТОВАРНЫЙ ЗНАК** - обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют "лого корпорации" (от слова "логограмма"), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение.

**ТОРГОВАЯ МАРКА (в узком смысле)** -- любой знак, отметка, символ, имя, слово, которые используются производителями для обозначения своей продукции. Однако понятие "Торговая марка" (в широком смысле) состоит из множества факторов. Это и история образования фирмы, и авторитет руководителей, и взаимоотношения с персоналом, и качество продукта, который производится, и точное позиционирование его на рынке, которое позволяет вести правильную рекламную кампанию. Следует рассмотреть подробнее последовательность проектирования "Торговой марки", приводящей к эффективным результатам. Торговая марка (trademark), (brand) - текстовые или графические символы, обозначающие товар или группу товаров одного товаропроизводителя.

**ФЕТИШ (португ., "feitico" - амулет)** -- этим словом первые голландские исследователи Гвинеи называли амулеты местных жителей. Считалось, что их амулеты имеют магическую силу. "Каждый человек имел свой маленький фетиш. Его еще называли талисманом. В некоторых случаях это была монета, игральная карта или медальон, потом даже медаль, хотя большинство из них носили с собой маленькие деревянные куклы". Е. М. Робертс, "Летящий истребитель"(1918).

**ФИРМЕННЫЙ ЗНАК** - обозначает, что выпуск товаров или предоставление услуг осуществляется фирмой, имеющей этот знак. В отличие от фирменного знака фабричное клеймо или фабричная марка ставятся только на один отдельный вид выпускаемой продукции. Обычно фирменный знак, который в наши дни часто называют "лого корпорации" (от слова "логограмма"), представляет собой название компании, инициалы, монограмму или графическое изображение.

**ЭСКИЗ (франц. Esquisse - набросок).** В изобразительном искусстве: художественное произведение вспомогательного характера, являющееся подготовительным наброском более крупной работы и воплощающее ее замысел основными композиционными средствами.

**ЭСТАМП** - оттиск с гравировальной доски. Это тоже, что и гравюра на дереве, металле, линолеуме или камне. Эстампы бывают чёрно-белыми и цветными. Доску с выгравированным рисунком делает художник. Затем он делает с неё рисунки-гравюры. И Эстампы в виде гравюр на дереве появились очень давно ещё в XV веке. В отличие от картин, они стоили очень недорого и поэтому их могли покупать для себя люди небогатые. Эстампы украшали дома.

## 2 ЭТАП – УМЕТЬ

### 2.1 Темы творческих заданий с презентацией:

**Тема 12.** Графический дизайн и реклама 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн»

**ЗАДАНИЕ:** «Разработка креативной концепции для рекламной компании» по мотивам графического дизайна 40-50 годов XX века. Эпоха концепции «хороший дизайн. Разработайте креативную концепцию рекламной компании (основную идею – выраженную вербально и варианты ее реализации (в том числе и визуальной) для основных медианосителей и обоснование продуктивности этой идеи). По итогам работы проводятся презентации и защиты.

**Тема 13.** Графический дизайн и реклама 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне

**ЗАДАНИЕ:** «Разработка креативной концепции для рекламной компании» по мотивам графического дизайна 60 годов XX века. Поп-арт в графическом дизайне. Разработайте креативную концепцию рекламной компании (основную идею – выраженную вербально и варианты ее реализации (в том числе и визуальной) для основных медианосителей и обоснование продуктивности этой идеи). По итогам работы проводятся презентации и защиты.

**Тема 14.** Графический дизайн и реклама 70-80 годов XX века

**ЗАДАНИЕ:** Дискуссия по заданным темам на основе, подготовленных студентами материалов в виде докладов. Доклад по времени не должен занимать более 5 минут и должен содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в данной области.

**Тема 16.** Современный графический дизайн и реклама. Постмодернизм в графическом дизайне. Особенности графического дизайна информационного общества

**ЗАДАНИЕ:** Дискуссия по заданным темам на основе, подготовленных студентами материалов в виде докладов. Доклад по времени не должен занимать более 5 минут и должен содержать анализ различных точек зрения ведущих отечественных и зарубежных специалистов в данной области.

**Общие требования к презентации:**

1. Презентация не должна быть меньше 10 слайдов.
2. Первый слайд – титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, автора, номер учебной группы;
3. Второй слайд – содержание, где представлены основные вопросы разобранные в ходе изучения темы. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.
4. В структуре презентации необходимо использовать: графическую и анимационную информацию: видео и аудио фрагменты, таблицы, диаграммы, инфографику и т.д.
5. Последний слайд демонстрирует список ссылок на, используемые информационные ресурсы.

**3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ**

**Вопросы к экзамену за 6 семестр**

1. Первые упоминания о рекламе. Реклама в древней Греции, Риме, Египте.
2. Особенности развития рекламы и графического дизайна в Европе в период Античности и Средневековья. Влияние социально-экономических процессов на рекламные коммуникации в этот период. Геральдика.
3. Особенности развития рекламы в Средневековой Европе.
4. Старый и Новый стили в книжной графике. Изобретения Гуттенберга.
5. Иоганн Гуттенберг. Его вклад в графический дизайн.
6. Реклама и графический дизайн в эпоху Возрождения.
7. Реклама в Европе в Новое время.
8. Русская реклама X-XIII веков.
9. Русская реклама XIII-XVIII веков.
10. Российская визуальная реклама и графический дизайн в XIX- начале XX века.
11. Особенности плаката в конце XIX-в начале XX века в России.
12. Особенности плаката в конце XIX-в начале XX века во Франции.

13. Плакат и реклама в России в первой трети XX века.
14. Особенности развития рекламы в Североамериканских колониях.
15. Визуальная реклама и графический дизайн в США в XIX – начале XX века.
16. Особенности рекламы и графического дизайна в капиталистических странах Европы и США в XX веке.
17. Рекламная символика: товарные знаки, марки, эмблемы, знаки-символы (пиктограммы) в советской рекламе. Шрифты, техника исполнения рекламных средств, инструменты, материалы.
18. Особенности книги и графики революционных лет в России. Хранители традиций и новаторы.
19. Особенности политического плаката в 1930-е годы в СССР.
20. Конструктивизм в книге. Наборная графика и фотомонтаж.
21. Творческие эксперименты в книжной графике Эля Лисицкого, Александра Родченко Владимира Маяковского и др.
22. Польские политические плакаты. Особенности графического дизайна.
23. Энди Уорхол. Творчество и реклама.
24. Психоделический стиль. Калифорния.
25. Особенности швейцарского международного стиля.
26. Ян Чихольд, Герберт Байер и Иоханес Иттен. Их вклад в типографику.
27. Особенности рекламы и графического дизайна в странах Европы во второй половине XX века.
28. История газеты. Первые издания в Европе.
29. Российская реклама в постсоветское время.
30. Современная мировая реклама. Основные тенденции и направления

### Примерный перечень тем курсовых работ 6 семестр

1. Интерактивные технологии в рекламной индустрии XXI века
2. История графического оформления вывесок модных домов Франции и России в XX веке
3. Особенности оформления женских журналов в России на протяжении XX века
4. Социальная реклама в графическом дизайне
5. История театральных плакатов и афиш XX века
6. Советский плакат XX века
7. Наружная реклама в городе Челябинск
8. Творческие эксперименты Александра Родченко
9. Отражение этнических мотивов и национальных особенностей в современной рекламе
10. Реклама и политика. История и современность
11. Образ женщины в рекламе
12. История польского плаката.
13. Социальная реклама. История и современность
14. Конструктивизм в полиграфическом дизайне.
15. Агитационно-массовое искусство.
16. Зарождение политической рекламы. Плакат
17. Становление графического дизайна в СССР в послевоенные годы.
18. Влияние сатирического плаката «Окна РОСТА» на современное искусство
19. Сравнительный анализ графического оформления Олимпийских игр 20 века
20. 20 Дизайн и реклама автомобильной промышленности конца 19-20 веков
21. Семантика логотипа и знака 20 века
22. Политическая карикатура в период военного времени

23. История и современные направления развития графического дизайна
24. Упаковка, как часть корпоративной культуры: история, многообразие видов, технологий изготовления, современные направления в дизайне
25. Реклама как социально-экономическое явление. Виды рекламы. Графический дизайн. Место графического дизайна в рекламе.
26. Первые упоминания о рекламе. Реклама в древней Греции, Риме, Египте.
27. Особенности развития рекламы в Средневековой Европе.
28. Реклама и графический дизайн в эпоху Возрождения.
29. Реклама в Европе в Новое время.
30. Русская реклама X-XIII веков.
31. Русская реклама XIII-XVIII веков.
32. Российская визуальная реклама и графический дизайн в XIX- начале XX века.
33. Особенности развития рекламы в Североамериканских колониях.
34. Визуальная реклама и графический дизайн в США в XIX – начале XX века.
35. Особенности рекламы и графического дизайна в капиталистических странах Европы и США в XX веке
36. Российская реклама и особенности графического дизайна в советское время. (1 и 2 периоды)
37. Особенности рекламы в странах Восточной Европы в послевоенное время.
38. Разнообразные виды рекламы и её назначение в СССР. Эстетические критерии и компоненты средств рекламы (текст, шрифт, цвет, свет, композиция).
39. Российская реклама в постсоветское время.
40. Современная реклама и графический дизайн за рубежом.

#### 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХА- РАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕ- НИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

### 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

#### 1.1 Работа с терминами в виде составления кроссворда

Формы работы:

- *коллективная* (когда студенты под руководством преподавателя разгадывают кроссворд);
- *групповая* (когда аудитория разделена на группы, каждая группа решает кроссворд сообща);
- *индивидуальная* (когда разгадывает кроссворд один студент).

Критерии оценивания разгадывания кроссворда. Ниже предложен один из вариантов, который может быть дополнен/переделан.

Оценка	Кол-во верных ответов	Критерии
2	до 50%	Результат посредственный, неудовлетворительный уровень владения терминами и определениями
3	50-69%	Низкий уровень владения терминами и определениями

4	70-94%	Средний уровень владения терминами и определениями
5	95%-100%	Высокий уровень владения терминами и определениями

Эффективность и результативность решения кроссвордов, предлагаемых студентам, оценивается по двум показателям: а) времени, которое необходимо для отгадывания кроссворда; б) числу ошибок (в том числе и орфографических), допущенных ими в процессе решения (последний показатель побуждает составителя выяснить причины неверных ответов и, если нужно, уточнить формулировки вопросов).

При групповой работе оценка ставится группе и тем, кто правильно назвал наибольшее число слов.

## 2 ЭТАП – УМЕТЬ

### 2.1 Критерии оценивания практических работы

Промежуточный контроль представляет собой творческие работы, которые заключаются в анализе проблем интерпретации темы в творческом проекте с последующей защитой в форме презентации продолжительностью 3-5 минут.

#### Практическая работа:

На практических занятиях студенты выполняют графические работы, задание которых неразрывно связано с содержанием теоретического материала на данном этапе. В конце обучения проводится экзамен в виде просмотра, где учитывается: посещаемость занятий и процент выполнения практических работ. Обязательным условием получения оценки за экзамен является выполнение практических работ.

Для получения положительной оценки за практическую работу студент должен продемонстрировать навыки аналитической работы с литературой, способность провести самостоятельное исследование, сделать выводы на основе сведений, полученных из источников и научной литературы, новаторство, оригинальность творческих, проектных предложений. Обязательным требованием к работам (в том числе презентациям) является грамотность оформления и наличие научно-справочного аппарата авторского предложения по заданной теме.

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

#### Критерии оценки:

1. Решение соответствует поставленной задаче / вопросу – 30% (оценки)
2. Краткость, ясность, четкая структура решения. Оформление и презентация решения в соответствии с требованиями – 20%
3. Реализуемость решения на практике. Аргументация, правильность расчетов, предлагаемых в решении – 30%
4. Соответствие решения современным тенденциям в маркетинге, дизайне, оригинальность – 20%

*Критерии оценивания презентации*

№	Критерии	Оценка	Максимальный балл
1.	Структура доклада и презентации	– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 7-минутного выступления рекомендуется использовать не более 10 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами	10
2.	Наглядность презентации	– иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	10
3.	Дизайн	– оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	10
4.	Содержание	– презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы) – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность	40
5.	Требования к выступлению	– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и грамотно излагает материал – выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – выступающий точно укладывается в рамки регламента (7 минут)	30
Максимальный балл			100

**3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ****Критерии оценивания знаний на экзамене**

Оценка «ОТЛИЧНО»:

- Тема раскрыта в полном объеме на высоком уровне.
- ответ отличает четкая логическая выстроенность материала.
- продемонстрирован аналитический подход к рассмотрению теоретических положений, свидетельствующий об обширных знаниях данного вопроса.
  - ответ содержит собственные аргументы и не представляет собой простое воспроизведение лекции или справочного материала.
  - ответ свидетельствует о чтении дополнительной литературы.
  - на отличном уровне продемонстрировано умение применять примеры, раскрывающие основные теоретические положения.

Оценка «ХОРОШО»:

- вопрос раскрыт в полном объеме на хорошем уровне.
- ответ логически выстроен.
- отсутствуют существенные ошибки и упущения.

- недостаточно полное изложение теоретического вопроса экзаменационного билета.
- наличие незначительных неточностей в употреблении терминов, классификаций.
- ответ свидетельствует о чтении дополнительной литературы.
- на хорошем уровне продемонстрировано умение приводить примеры, раскрывающие основные теоретические положения.
- правильные ответы на дополнительные вопросы.

#### Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»:

- ответ на вопрос дан в достаточном объеме, однако содержит лишь основные положения, изложенные в лекциях и справочном материале.
- поверхностное усвоение программного материала.
- затруднение в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.
- наличие неточностей в употреблении терминов, классификаций.
- ответ аргументирован, но материал изложен кратко.
- имеются некоторые упущения и неточности, но серьезные ошибки отсутствуют.
- недостаточно продемонстрировано умение приводить примеры, раскрывающие основные теоретические положения.
- отсутствие навыков научного стиля изложения.
- неточные ответы на дополнительные вопросы.

#### Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО»:

- ответы недостаточно полные, присутствует алогичность в изложении материала.
- в ответе отсутствует ряд существенных факторов теоретических положений.
- присутствуют ошибки.
- большая часть ответа дана не по теме.
- теоретические положения не всегда подкреплены фактами и аргументами.
- незнание значительной части программного материала.
- неправильные ответы на дополнительные вопросы.
- отсутствует понимание и владение понятийным аппаратом.

### Оценивание курсовой работы

Результаты курсовой работы определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»:

- оценку «отлично» заслуживает работа, в которой дано всестороннее и глубокое освещение избранной темы в тесной взаимосвязи с практикой, а её автор показал умение работать с различными видами источников, систематизировать, классифицировать, обобщать материал, формулируя выводы, соответствующие поставленным целям, дана полная характеристика объекта исследования, проведен анализ темы исследования на материалах данного объекта, выявлены преимущества и недостатки в его работе, разработаны аргументированные предложения по совершенствованию;
- оценкой «хорошо» оценивается работа, отвечающая основным, предъявляемым к ней требованиям. Студент обнаруживает глубокие знания по предмету и владеет навыками научного исследования, но при этом имеются незначительные замечания по содержанию работы, по процедуре защиты (студент не может дать аргументировано ответы на вопросы);
- курсовая работа оценивается на «удовлетворительно», если в ней, в основном, соблюдены общие требования, но неполно раскрыты разделы плана, работа носит реферативный характер, отсутствуют аргументированные выводы. Автор курсовой работы посредственно владеет материалом, поверхностно отвечает на вопросы, в процессе защиты курсовой работы;

- «неудовлетворительно» оценивается курсовая работа, если установлен акт самостоятельного выполнения работы, имеются принципиальные замечания по многим параметрам, содержание не соответствует теме, допущены грубые теоретические ошибки. Защищенная или зачтенная курсовая работа хранится на кафедре в течение года. Лучшие курсовые работы могут быть оставлены на кафедре в качестве образцов или методических пособий для студентов.