

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Усынин Максим Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.04.2024 15:17:58
Уникальный программный ключ:
f498e59e83f65dd7c3ce7bb8a25cbbabb33ebc58

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

Кафедра дизайна, рисунка и живописи

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОМУ ПРЕДМЕТУ
ОПЦ.13 СПЕЦИАЛЬНЫЙ РИСУНОК**

Специальность: 54.02.01 Дизайн (по отраслям)
Направленность (профиль): Графический дизайн и брендинг
Квалификация выпускника: Дизайнер
Уровень базового образования, обучающегося: Основное общее образование
Год набора: 2022

Автор – составитель: Шеина Е.П.

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств	3
1.1. Область применения	3
1.2. Планируемые результаты освоения компетенций	5
1.3. Показатели оценки результатов обучения по учебному предмету ОПЦ.13 Специальный рисунок	7
2. Задания для контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний	9
2.1. Задания для текущего контроля.....	9
2.2. Задания для промежуточного контроля	26
3. Критерии оценивания	27

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (далее – Фонд оценочных средств) предназначен для проверки результатов освоения учебного предмета ОПЦ.13 Специальный рисунок основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования - программы подготовки специалистов среднего звена (далее - ППССЗ) по специальности 54.02.01 Дизайн (по отраслям).

Учебный предмет ОПЦ.13 Специальный рисунок изучается в течение одного семестра.

Форма аттестации по семестру:

Семестр	Форма аттестации
Восьмой	Зачет с оценкой

Фонд оценочных средств позволяет оценивать достижение обучающимися **общих и профессиональных компетенций**:

Общие компетенции (ОК):

ОК 1. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК 1.3. Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ.

Личностные результаты реализации программы воспитания

Личностные результаты реализации программы воспитания (описатели)	Код личностных результатов реализации программы воспитания
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности	
Выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей	ЛР 13
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации	
Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 16

Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты антикоррупционного поведения (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 17
Использовать знания по финансовой грамотности, планировать предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере. (в ред. Приказа Минпросвещения России от 17.12.2020 N 747)	ЛР 18
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями	
Необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной специальности.	ЛР 19
Открытость к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий.	ЛР 21
Активно применять полученные знания на практике.	ЛР 22
Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектами образовательного процесса	
Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	ЛР 23
Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.	ЛР 24
Проявлять доброжелательность к окружающим, деликатность, чувство такта и готовность оказать услугу каждому кто в ней нуждается.	ЛР 25

В результате освоения учебного предмета ОПЦ.13 Специальный рисунок, обучающийся должен

уметь:

- использовать источники исторической, социальной, культурной информации;
- анализировать и интерпретировать творческие аналоги отечественной и зарубежной практики;
- синтезировать набор возможных решений творческой задачи и выполнений дизайн проекта, научно обосновать свои предложения;
- применять основы изобразительной грамоты в проектной графике;
- стилизовать натуральный объект в контексте проектной графики;
- пользоваться различными графическими материалами и техниками в зависимости от поставленной задачи, выполнять рисунки с натуры и по воображению;
- применять средства художественной выразительности, как способа организации изображения;
- распознавать и составлять тональные, хроматические контрасты;
- анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты работы в области применения профессиональной графики.

знать:

- исторические основы искусства графики в контексте эволюции изобразительного искусства;
- базисные знания анатомии человека, и основы профессионального изображения человека
- основные принципы плоского и пространственного изображения объектов графического искусства;
- принципы разработки деталей, фактур и текстур в графике;
- законы создания цветовой гармонии;
- тренды и устойчивые художественные признаки в графическом дизайне.

1.2. Планируемые результаты освоения компетенций

В результате освоения программы учебного предмета ОПЦ.13 Специальный рисунок учитываются планируемые результаты освоения общих (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций:

Код компетенций	Содержание компетенции	Планируемые результаты освоения компетенций
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Уметь: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) Знать: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уметь: определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию выделять наиболее значимое в перечне информации оценивать практическую значимость результатов поиска оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач Знать: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с

		использованием цифровых средств
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности применять современную научную профессиональную терминологию определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности презентовать бизнес-идею определять источники финансирования Знать: содержание актуальной нормативно-правовой документации современная научная и профессиональная терминология возможные траектории профессионального развития и самообразования основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности правила разработки бизнес-планов порядок выстраивания презентации кредитные банковские продукты
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Уметь: организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знать: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности основы проектной деятельности
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Уметь: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе Знать: особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, применять стандарты	Уметь: описывать значимость своей специальности применять стандарты антикоррупционного поведения Знать: сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей значимость профессиональной деятельности по специальности

	антикоррупционного поведения	стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Уметь: понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности
ПК 1.3.	Осуществлять процесс дизайнерского проектирования с применением специализированных компьютерных программ	Уметь: использовать компьютерные технологии при реализации творческого замысла; осуществлять процесс дизайн-проектирования; разрабатывать техническое задание на дизайнерскую продукцию с учетом современных тенденций в области дизайна; осуществлять процесс дизайнерского проектирования с учётом эргономических показателей Знать: систематизация компьютерных программ для осуществления процесса дизайнерского проектирования

1.3. Показатели оценки результатов обучения по учебному предмету ОПЦ.13 Специальный рисунок

Содержание учебного предмета	Результаты обучения (ОК, ПК, ЛР)	Вид контроля	Наименование оценочного средства/форма контроля
8 семестр			
Раздел 1			
Тема 1.1. Персонажи в рекламе	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка подготовки к докладу: правила и методика презентация доклада
Тема 1.2. Методика разработки и создания бренд-персонажа	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Презентация доклада: «Бренд-персонажи в рекламе» (по выбранной теме) 2.Обсуждение выбранного типажа бренд-персонажа для рекламной компании фирмы с

			учетом целевой аудитории.
Тема 1.3. Стилизация формы при помощи графических средств	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка и обсуждение эскизов-рисунков бренд-персонажа: графическая интерпретация в контексте стилизации формы..
Тема 1.4. Художественный антропоморфизм бренд-персонажа	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка и обсуждение рисунков «мимические картинки»: художественный антропоморфизм мимики бренд-персонажа.
Тема 1.5. Функции рекламного персонажа.	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка и обсуждение разработки основных движений бренд-персонажей.
Тема 1.6. Гротеск в визуальной характеристике персонажа.	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка рисунков характерной пластики: поз и жестов, мимики, взаимодействия с окружающим миром, варианты цветового решения и фоновой подложки
Тема 1.7. Композиционные «истории» рекламного сюжета	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка разработки композиционных схем на основе «истории» рекламного сюжета. Технические варианты исполнения композиций «историй». Просмотр экспозиции (презентация проходит в виде просмотра рисунков)
Раздел 2			
Тема 2.1. Комикс, как синтетический жанр искусства	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка составления системы последовательности создания комикса. Виды комиксов. Комикс в графике.
Тема 2.2. Образы персонажей для комикса	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка и обсуждение разработки образов персонажей.
Тема 2.3. Статика и динамика комикса	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25.	Текущий	Проверка эскизов разработки пластики и движений персонажей
Тема 2.4. Композиция «окон» комиксов	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Текущий	Проверка разработки композиций «окон». Динамические и статические сетки (окна), гиперболизации точек зрения (ракурсы, высокие и низкие горизонты) доминанта композиции.
Тема 2.5. Композиция обложки для журнала комиксов	ОК 1-6,9 ПК 1.3 ЛР 13, 16-19, 21-25	Промежуточный	Проверка разработки дизайна обложки для журнала комиксов (две страницы – передняя и задняя крышки). Сборка журнала. Зачет (презентация проекта).

Система контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний

В соответствии с учебным планом по учебному предмету ОПЦ.13 Специальный рисунок предусмотрен текущий контроль во время проведения занятий и промежуточная аттестация в форме зачета (презентация-просмотр всех творческих заданий) с выставлением итоговой оценки за курс.

2. Задания для контроля и оценки результатов освоения умений и усвоения знаний

2.1. Задания для текущего контроля

Раздел 1

Тема 1.1. Персонажи в рекламе

Задание № 1. Подготовка к презентации доклада: правила и методика презентация доклада «Бренд-персонажи в рекламе» (по выбранной теме):

1. История возникновения бренд-персонажей
2. Фирменный герой как отражение образа бренда
3. Методика разработки и создания бренд-персонажа.
4. Вымышленные персонажи в современной телевизионной рекламе: функции и способы создания образа.
5. Анимационные персонажи для рекламы.
6. Гендерные персонажи в условиях современной информационной системы.
7. Бренд-персонажи для детской аудитории : история и современность
8. Роль цвета в создании бренд-персонажа
9. Влияние атрибутов бренда на восприятие товара
10. Pin-up эстетика как концепция рекламного персонажа (американские бренд-персонажи 40-50 годов)
11. «Азиатская школа» разработки и создания бренд-персонажа.
12. Особенности национальной среды восприятия рекламы и бренд-персонажей.
13. Особенности разработки и создания рекламных «историй» для бренд-персонажей

Цель: научиться создавать профессиональные презентации на основе полученных на занятиях знаний и самостоятельно собранной, дополнительной информации.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания по созданию презентации на одну из выбранных тем.

Объяснение задания и плана выполнения презентации

Умение хорошо презентовать свою деятельность – одно из самых продуктивных средств привлечения внимания к своей работе. Презентация выступает как профессиональная визитная карточка. Эта технология позволяет визуально воспринимать большой объем работы обучающегося. Любая технология, в том числе и создание презентаций, компьютерной или другой, имеет свои правила, принципы, приемы.

Общие требования к презентации:

Общие положения:

1. На слайдах должны быть только тезисы, ключевые фразы и графическая информация (рисунки, схемы и т.п.) – они сопровождают подробное изложение мыслей автора, но не наоборот;
2. Количество слайдов должно быть 20-25, При защите проекта рассчитывайте, что на один слайд должно уходить не более 1,5 минуты;
3. Не стоит заполнять слайд большим количеством информации. Наиболее важную информацию рекомендуется выделять как композиционный центр слайда;
4. Презентацию проекта представлять в формате PDF

Примерный порядок слайдов:

- 1 слайд – Титульный (организация, название работы, автор, руководитель, рецензент, дата);

- 2 слайд – содержание, где представлены основные проблемы, решенные в ходе работы над проектом. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимый слайд – Основная часть;
- n+1 слайд – Заключительную страницу и вернуться вновь на содержание;
- 2 слайд – Вводная часть (постановка проблемы, актуальность и новизна, на каких теоретических и визуальных материалах базируется работа);
- 3 слайд – Цели и задачи работы;
- 4 слайд – Методы, применяемые в работе;
- 5...n слайд – Основная часть;
- n+1 слайд – Заключение (выводы);
- n+2 слайд – Список основных использованных источников;
- n+3 слайд – Спасибо за внимание! (подпись, возможно выражение благодарности тем, кто руководил, рецензировал и/или помогал в работе).

Правила шрифтового оформления:

1. Рекомендуется использовать шрифты с засечками (Georgia, Palatino, Times New Roman), в зависимости от концепции проекта допустимы и другие шрифты;
2. Размер шрифта: 24-54 пункта (заголовки), 18-36 пунктов (обычный текст);
3. Допустимо использовать курсив, подчеркивание, жирный шрифт, акцидентные и прописные литеры для смыслового выделения ключевой информации и заголовков;
4. Не рекомендуется использовать более 2-3 типов шрифта;
5. Допустимо использовать небольшие декоративные элементы, линейки или плашки для выделения заголовков или других необходимых композиционных акцентов.
6. Основной текст может быть отформатирован по ширине, в флаговой системе или по центру в зависимости от общей концепции композиции презентации.

Правила выбора цветовой гаммы:

1. Цветовая гамма должна состоять не более, чем из 2 цветов и выдержана во всей презентации. Основная цель – читаемость презентации, ее композиционная целостность и профессиональная подача;
2. Желателен «спокойный» фон неярких пастельных тонов, так как активные цвета могут выходить вперед, или «забивать» главное изображение
3. Цвет шрифта и цвет фона должны контрастировать (текст должен хорошо читаться);
4. Степень декоративного оформления презентации не должно отвлекать внимания от её содержания.

Графическая информация:

1. Рисунки, фотографии, схемы должны быть наглядными и нести смысловую нагрузку, сопровождаться названиями;
2. Изображения (в формате jpg) лучше заранее обработать для уменьшения размера файла;
3. Размер одного графического объекта – не более 1/2 размера слайда;
4. Соотношение текст-картинки – 2/3 (текста меньше чем картинок).

Тема 1.2. Методика разработки и создания бренд-персонажа

Задание № 1. Презентации доклада: «Бренд-персонажи в рекламе» (по выбранной теме)

Общие требования к презентации см. в Теме №1

Цель: научиться создавать профессиональные презентации на основе полученных на занятиях знаний и самостоятельно собранной, дополнительной информации.

Задание № 2 Подбор типажа бренд-персонажа для рекламной компании фирмы с учетом целевой аудитории

Цель: Сформировать устойчивые практические навыки в визуализации бренд-персонажей в контексте восприятия целевой аудитории.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания: Подбор типажа бренд-персонажа для рекламной компании фирмы с учетом целевой аудитории

Объяснение задания и плана его выполнения

На современном рынке идёт постоянная борьба за потребителя. Самой важной задачей в этой борьбе – оставить в сознании потребителя эмоциональный след и вызвать положительную реакцию. По версии учёных, создание фирменного персонажа, как нельзя лучше стимулирует и влияет на работу сразу двух отделов человеческого мозга. Это позволяет преодолевать множество противоречий, благодаря человеческим качествам, которыми наделяется фирменный персонаж.

В последнее время, персонажей часто используют для формирования имиджа компании. Исследования показали, что эффективность вырастает на 30–40%, при использовании его системе продвижения бренда. Ведь те вещи, которые влияют на настроение и способны вызывают положительные эмоции, никогда не оставляют потребителей равнодушными. Запоминающийся и интересный персонаж, делает рекламную кампанию яркой, живой, индивидуальной, и, приводит к нужным результатам. Умелое обращение с эмоциями потребителя, повышает узнаваемость бренда и заслуживает доверие.

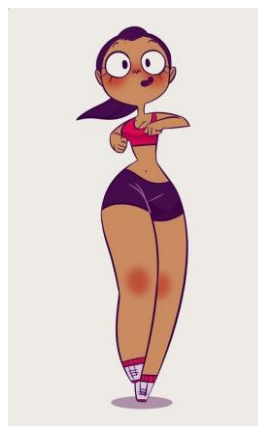
Важные преимущества фирменного персонажа:

1. Фирменный персонаж облегчает и «оживляет» рекламные компании.
2. Персонаж запоминается потребителю и оставляет эмоциональную привязанность и симпатию на подсознательном уровне человека.
3. Особенно важным должно быть наличие харизматичного персонажа, представляющего компанию в глазах потребителя.
4. Строительство бренда, как и строительство государства начинается с выбора президента, т.е. с персонажа, который будет вести бренд.

Целевая аудитория – это группа людей, объединенных общей потребностью. Практика показывает, что обычно это люди разных возрастов, уровней дохода и даже полов. Информация от выдуманного героя лучше воспринимается, поэтому рисованные образы часто используют в рекламе продукции для детей: Кролик Несквик, семья пингвинов из рекламы «Kinder Pingui».



Для влияния и лучшего восприятия женщинами, компании используют образ сильного мужчины, который справится с любыми трудностями: Мистер Пропер, Мистер Мускул. Хотя есть и женские образы: Фрекен Бок — это не только домомучительница из «Малыша и Карлсона» Астрид Линдгрен, а и фирменный персонаж торговой марки чистящих средств.



Бренд-персонажи адресованные к мужской аудитории часто позиционируются как сильные брутальные личности (например, ковбой Мальборо) или как образы, обыгрывающие какой-либо продукт с юмористической точки зрения.



Тема 1.3 Стилизация формы при помощи графических средств

Задание 1. Творческое задание. Рисование эскизов-рисунков бренд-персонажа: графическая интерпретация в контексте стилизации формы

Цель: Сформировать практические навыки вариативности работы при исполнении «ручной» графики».

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания: Рисование эскизов-рисунков бренд-персонажа: графическая интерпретация в контексте стилизации формы

Объяснение задания и плана его выполнения

Стилизация в искусстве – это процесс придания творческому произведению черт другого стиля. В изобразительном искусстве при помощи данного приема предметы либо фигуры обретают упрощенные формы. Стилизация – обобщение изображаемых фигур с помощью условных приемов: линейный рисунок – это тоже форма графической стилизации.

В современном мире широко представлены средства обработки изображений в компьютерной графике: графические редакторы для работы с растровой и векторной графикой. Наличие инструментов трансформации рисунка позволяет выполнять вращение, масштабирование, искривление и зеркальное отображение, также можно пользоваться различными фильтрами. Дизайнеры нередко прибегают к помощи механических электронных средств. Но на стадии обучения трансформированию более приемлемым методом является рисунок «от руки».

Перед началом работы над эскизом-рисунком бренд-персонажа непременно следует изучить ее со всех сторон, чтобы получить наиболее полные сведения о рисуемом объекте: о строении формы, положении, движении, объеме формы и ее характере.

В дизайне стилизацию определяют, как изменение, преобразование, переработку природных форм. Это один из приемов визуальной организации образного выражения, абстрагирования, при котором выявляются наиболее характерные черты предмета, а несущественные детали мысленно отбрасываются. При изменении формы используют гиперболизацию, увеличение или уменьшение в размере отдельных частей, элементов, вытягивание, округление, подчеркивание угловатости и т.д.

Таким образом, можно выделить условно этапы выполнения задания:

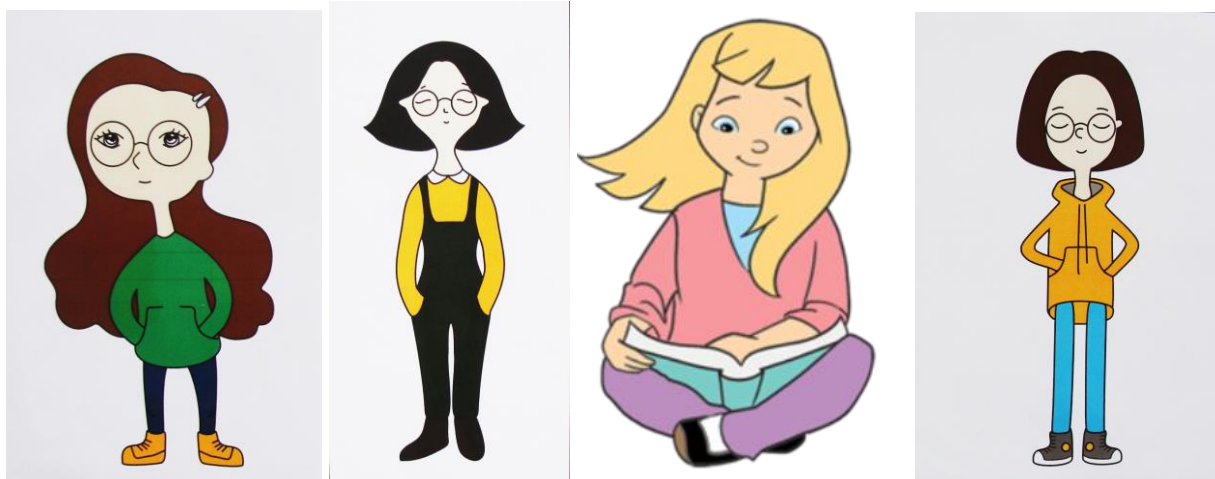
1. Выявление системно-структурной характеристики анализируемого понятия. Выделив необходимые элементы, их системообразующие связи, следует описать более подробно свойства и характеристики объекта в целом и каждый элемент в частности (по собственному или заданному свойству). Можно изначально сделать это описание в устной или письменной форме, сформировать замысел.

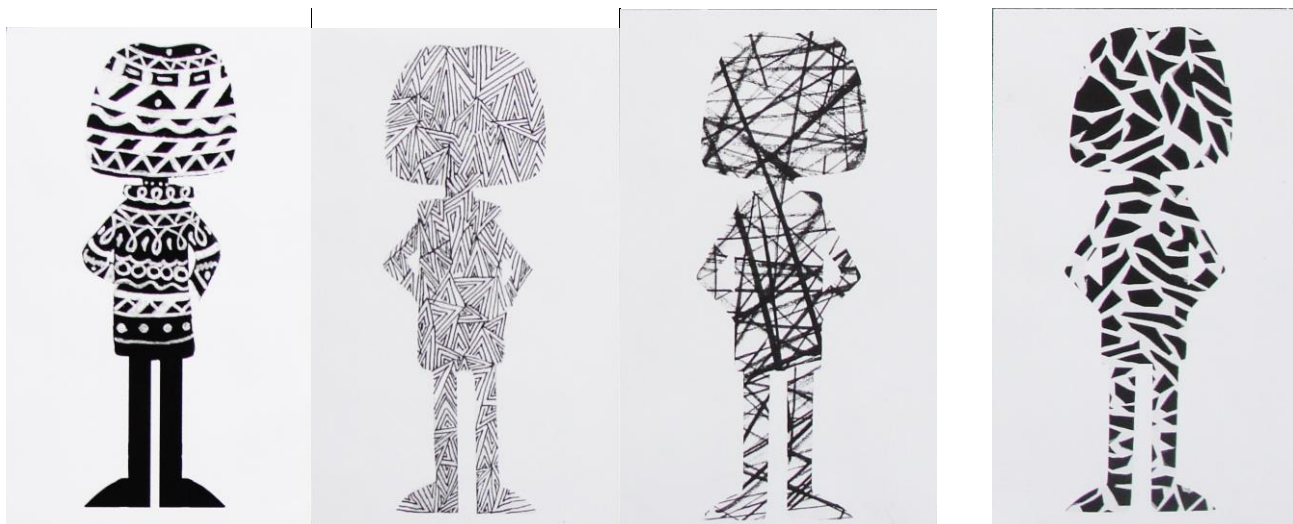
2. Абстрагирование, уход от внешнего подражания, от стереотипа, связанного с этим понятием. Выявление наиболее типичных черт объекта; отказ от всего случайного, поверхностного, от стереотипа формы за счет раскрытия содержания общего понятия, анализ смысловых частей, необходимых для творческого обобщения. Выбор основного системообразующего начала. Выявление главных конструктивных частей. Далее, в зависимости от замысла, возможен отказ от одной из этих частей. Выбрав для работы определенные признаки и свойства, нужно определить необходимый комплекс выразительных средств для формально-образного изображения.

3. Дальнейшее выявление образа через заострение наиболее характерных черт, привнесение необходимых элементов. Трактовка природных мотивов может производиться в линейном решении, пятновом, в том числе точечном, линейно-пятновом. Линия может быть ломанной, жесткой, а может быть и плавной, округлой. Пятно может всецело или частично заполнять форму.

Можно использовать разнообразные стили работы – фольклорные, фантазийные.

На основании выделенного свойства объекта производится графическая трансформация важнейших структурных элементов, с одним формообразующим началом. Этот прием должен привести к целостности композиционного образа на основе доминирующего признака.





Тема 1.4. Художественный антропоморфизм бренд-персонажа

Задание 1 Творческое задание. Выполнение рисунков «мимические картинки»

Цель: Сформировать практические навыки рисования мимики для бренд-персонажа.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания: Выполнение рисунков «мимические картинки» для бренд-персонажа.

Объяснение задания и плана его выполнения

Мимика (от др. греч. — подражать) — выразительные движения мышц лица, являющиеся одной из форм проявления тех или иных чувств человека. Любой бренд-персонаж должен уметь выражать свои чувства, эмоции на происходящие события. Чем ярче и разнообразнее мимика бренд-персонажа, тем интереснее можно обыграть его реакцию на то или иное событие. Стилистика персонажа задает рамки, в которых создаются эмоции часто в преувеличенном виде.

1. Удивление. Поднятые брови, широко открытые глаза, опущенные вниз кончики губ, приоткрытый рот.
2. Внимание. Горизонтальные складки на лбу, брови сведены, вертикальные складки на переносице, суженные глаза, уголки рта слегка опущены.
3. Сосредоточенность. Горизонтальные складки на лбу, брови слегка нахмурены, глаза чуть-чуть сужены, мышцы носа напряжены, плотно сжатый рот, уголки губ опущены.
4. Боль. Печаль. Брови сведены «домиком» вверх, часто уголки губ слегка опущены.
5. Прищуренные глаза. Внимательное рассматривание. Нижнее веко перекрывает окружность радужки глаза.
6. Горючие слезы. Брови подняты вверх «домиком», нос сморщен, верхняя губа искривлена.
7. Презрение. Чуть прикрытые глаза, нос слегка сморщен, уголки рта резко опущены, горизонтальная складка под нижней губой.
8. Отвращение. Лоб сморщен, брови опущены, нос сморщен, ноздри расширены, верхняя губа чуть поднята, нижняя - выпячена или приподнята и сомкнута с верхней, уголки рта опущены.
9. Страх. Приподнятые и сведенные над переносицей брови, широко открытые, выпяченные глаза, губы растянуты в стороны, уголки губ опущены и несколько отведены назад, рот может быть открыт, шея втянута.
10. Ярость. Тесно сжатые брови, горизонтальные складки на переносице, нос раздут, зубы стиснуты, рот оскален, уголки губ резко и напряженно оттянуты вниз, шея судорожно стянута.
11. Улыбка. Лоб обычно спокоен, четкие морщины у глаз, губы часто прижаты к зубам, углы рта растянуты вверх и в стороны. рот может быть закрыт или приоткрыт, иногда на щеках образуются ямочки.



Тема 1.5 Функции рекламного персонажа.

Задание 1 Творческое задание. Разработка основных движений бренд-персонажей.

Цель: Сформировать практические навыки рисования движений и их интерпретаций для бренд-персонажа.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1.. Выполнение задания. Разработка основных движений бренд-персонажей.

Объяснение задания и плана его выполнения

Движение и динамика играют немаловажную роль при создании персонажа, хотя статичная картинка тоже может быть выразительной и в разных позах восприниматься ожившей.

Поза героя влияет на восприятие заложенной визуальной информации, дополняет ясности и узнаваемости всему образу. Продуманные фазы действия персонажа делают его более выразительным

Пластика бренд-персонажа входит в характеристику образа. Движения бренд-персонажа не обязаны быть очень сложными, т.е. для зрителя пластика должна считываться просто, и поэтому разработку рекомендуется начинать с геометризированной пластики, не вдаваясь в анатомические подробности антропоморфизма забавных зверюшек или фантазийных человечков. Следуя таким советам, сохраняется характерная пластика и приобретается разумный гротеск.



Тема 1.6. Гротеск в визуальной характеристике персонажа

Задание 1 Творческое задание. Разработка характерной пластики: позы и жесты, мимика, взаимодействие с окружающим миром, варианты цветового решения и фоновой подложки

Цель: Сформировать практические навыки рисования движений, жестов и мимики, их интерпретаций для бренд-персонажа.

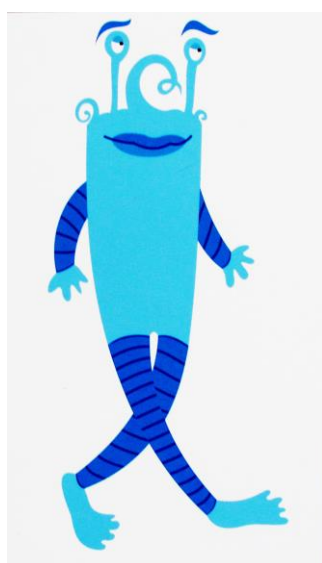
ХОД ЗАНЯТИЯ:

1.. Выполнение задания. Разработка характерной пластики: позы и жесты, мимика, взаимодействие с окружающим миром, варианты цветового решения и фоновой подложки.

Объяснение задания и плана его выполнения

Постепенно, усложняя движения, добавляя детали, жесты и мимику бренд-персонажа, рисунок приобретает вид творческого замысла. Цвет в разработке идеи носит одну из главных ролей, так

как создает особую эмоциональную окраску в авторской характеристике бренд-персонажа.



Тема 1.7. Композиционные «истории» рекламного сюжета

Задание 1. Творческое задание. Разработка композиционных схем на основе «истории» рекламного сюжета. Технические варианты исполнения композиций «историй».

Цель: Сформировать навыки создания композиций в условиях заданной сюжетности.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания: Разработка композиционных схем на основе «истории» рекламного сюжета. Технические варианты исполнения композиций «историй».

Объяснение задания и плана выполнения презентации

Для рисования композиций «историй» бренд-персонажа необходимо автору понять, что лучше всего выделить как главные, ключевые действия:

1.сам бренд-персонаж должен существовать в процессе производства продукта компании, который получается в результате многообразной и интересной жизнь фирмы (и персонажа), например, фирма сама выращивает фрукты, собирает урожай, отбирает и перерабатывает, перевозит его через многие моря-океаны, упаковывает и представляет потребителю (например, рекламная компания фирмы «Сады Придонья)

2.фирма представляет новый продукт (или серию продуктов), который обыгрывает бренд-персонаж (например, робот-маскот для обновленный Nissan Juke)



Задание 2. Подготовиться к просмотру экспозиции.

Раздел 2.

Тема 2.1. Комикс, как синтетический жанр искусства

Практическое задание 1.

Задание 1. Подобрать аналоги графических решений для комиксов. Разработать методическую систему создания комикса (логика и последовательность в работе над комиксом).

Цель: научить работать в профессиональной системе создания комиксов в условиях заданного сценария.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

1. Выполнение задания Подборка аналогов графических решений для комиксов. Разработать методическую систему создания комикса (логика и последовательность в работе над комиксом).

Объяснение задания и плана выполнения презентации

Комикс (от англ. *comic* «смешной») — рисованная история, рассказ в картинках. Комикс сочетает в себе черты таких видов искусства, как литература и изобразительное искусство. Разновидность книжно-журнальной иллюстрации, иногда используется в печатных СМИ. Существует много разных названий этого вида искусства и отдельных его разновидностей. Масштабные комиксы со сквозным сюжетом называются графические романы (они же графические новеллы), короткие — стрипы. В Сети размещаются веб-комиксы.

В некоторых странах с развитой индустрией рисованных историй для них есть своё название. Так, во франкоязычном мире комикс называют фр. *bande dessinée* (рисованная лента) или BD, японские комиксы называются манга. На русском языке некоторые авторы предлагают использовать термин «рисованные истории»

Итак, комикс — это единство повествования и визуального действия, это – смежные рисунки и другие изображения в смысловой последовательности.

В комиксах не обязательно присутствует текст, существуют и «немые» комиксы с интуитивно понятным сюжетом (например, «Арзак» Жана Жиро). Но чаще всего прямая речь в комиксе передаётся при помощи «словесного пузыря», который, как правило, изображается в виде облачка, исходящего из уст, или, в случае изображения мыслей, из головы персонажа. Слова автора обычно помещают над или под кадрами комикса.

Комиксы могут быть любыми и по литературному жанру, и по стилю рисования. Рисунок в комиксе имеет некоторую долю условности. Он упрощается для скорости рисования и удобства восприятия и идентификации читателя с персонажем.

Последовательность работы над комиксом состоит из нескольких этапов:

1. Необходимо все события в литературной истории (всего произведения или его фрагмента), разбить на определяющие этапы-сюжеты, т.е. создать небольшой сценарий. и далее распределить количество страниц на каждый повествовательный блок.

2. Для всего комикса нужно выбрать комиксные «сетки» или «окна». Они бывают статические и динамические, и распределить их по всем страницам сценария. Рекомендуется ограничиться на одной странице не более чем семью окнами.

3. Рекомендуется распределить по окнам сюжетное повествование с небольшими зарисовками («в черне», без активных проработок), таким образом, должно произойти

равномерное распределение рисунков по всему литературному тексту. Места для текстовых «баблов» («пузырей») надо планировать сразу, так как они несут в комиксах важную часть смысловой нагрузки.

4. Можно приступить к рисованию основных персонажей. Каждый персонаж в жанре комикса несет на себе определенную визуальную характеристику, например, «злодей», «ловкач-хитрец», «борец за справедливость», романтическая героиня» и т.д. Изображение главных персонажей комиксов помещают после обложки, на развороте форзаца.

5. Графический язык определяется в процессе подбора аналогов и собственных творческих экспериментов. Рисование комиксов — это определенный тип графической стилизации, поэтому можно сказать, что это не академическое рисование — для каждого автора комикса характерен собственный графический язык.

6. На каждой странице комикса рекомендуется выделить главный кадр (кульминацию) и второстепенные кадры (паузы), таким образом в важных окнах можно увеличивать размеры изображения, применять гротескные ракурсы и т.д.

7. Теперь каждая страница, и каждое окно комикса требуют качественной прорисовки и введение необходимых деталей. Поле подготовительной работы все страницы, все рисунки сканируются.

8. Цифровая обработка рисунков зависит от того графического замысла, который автор заложил в идею готового полиграфического продукта.

9. Разработка композиции разворота обложки: изобразительный блок и шрифтовая композиция (название комикса, номер серии, автор, место, издательство, год)

10. Печать и сборка отдельных страниц и разворотов комикса в журнальный формат.



Рис.1. Примеры аналогов графических решений для комиксов

Тема 2.2. Образы персонажей для комикса

Практическое задание 2.

Задание 1 Разработать образы персонажей: однозначность внешних характеристик персонажей (злодей, хитрец, романтик и т.д.).

Цель: сформировать навыки в рисовании образных характеристик персонажей комиксов.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

Выполнение задания: Рисование сюжетных раскадровок по сценарию комикса.

Объяснение задания и плана выполнения презентации

1. Главное в персонаже — это его узнаваемость и читаемость. Соответственно без четкого силуэта добиться этого сложно. Поэтому первым делом стоит залить персонажа черным и проверить, как он выглядит в качестве пятна. Вот, например, несколько силуэтов — конечно, их можно сразу узнать



Рис.2 Силуэты персонажей

2. Не стоит сразу рисовать персонажа и концентрироваться только на одном образе — лучше нарисовать несколько разных концептов и выбрать наиболее удачный вариант. В любом случае с отвергнутых рисунков можно взять интересные детали.



Рис.3 Концепты в работе над персонажами комиксов

3. Всегда интересно не просто смотреть на понравившихся героев, а анализировать их и выделять характерные черты. В комиксах принято наделять главных персонажей четко читаемыми внешними характеристиками, например, злодей, хитрец, романтик и т.д. Обычно если персонаж умный — ему делают увеличенную голову, и большие очки, если он «качок» — у него будут широкие плечи и маленькая голова, у романтических девочек — большие глаза и длинные ресницы и т.д. Все эти характерные детали помогают однозначно считывать образ персонажа. Нужно помнить о соотношении частей тела, т.к. пропорции создают характер персонажа. Например, у большого и драчливого героя будет маленькая голова, широкая грудная клетка, плечи и ноги, рот и подбородок будут выдаваться вперед. Милые персонажи будут иметь пропорции младенца: большая голова, овальное тело, высокий лоб, и маленькие зоны подбородка, рта, глаз. Зная эти особенности, можно добиваться определенных визуальных эффектов.



Рис.4 Внешние характеристика персонажей комиксов

Задача 2. Создать сюжетную раскадровку всех страниц комикс-журнала (4 разворота и двухстраничная обложка).

Цель: Научить создавать сюжетные композиции в системе структурных «окон» комикса
ХОД ЗАНЯТИЯ:

Выполнение задания: Рисование сюжетных раскадровок по сценарию комикса.

Объяснение задания и плана его выполнения

Как уже было написано выше (см. Тема 1 – методической системе создания комикса) перед непосредственным созданием комикса (его рисованием) необходимо:

1. Все события в литературном повествовании (всего произведения или его фрагмента), разбить на сюжеты, в которых происходит и заканчивается определенное действие, и далее распределить количество страниц на каждый повествовательный блок.
2. Структурированный сценарий надо распределить по окнам с небольшими зарисовками («в черне», без активных проработок), в результате должно произойти равномерное распределение рисунков по всему литературному тексту.
3. Места для текстовых «баблов» («пузырей») надо планировать сразу, так как они несут в комиксах важную часть смысловой нагрузки.

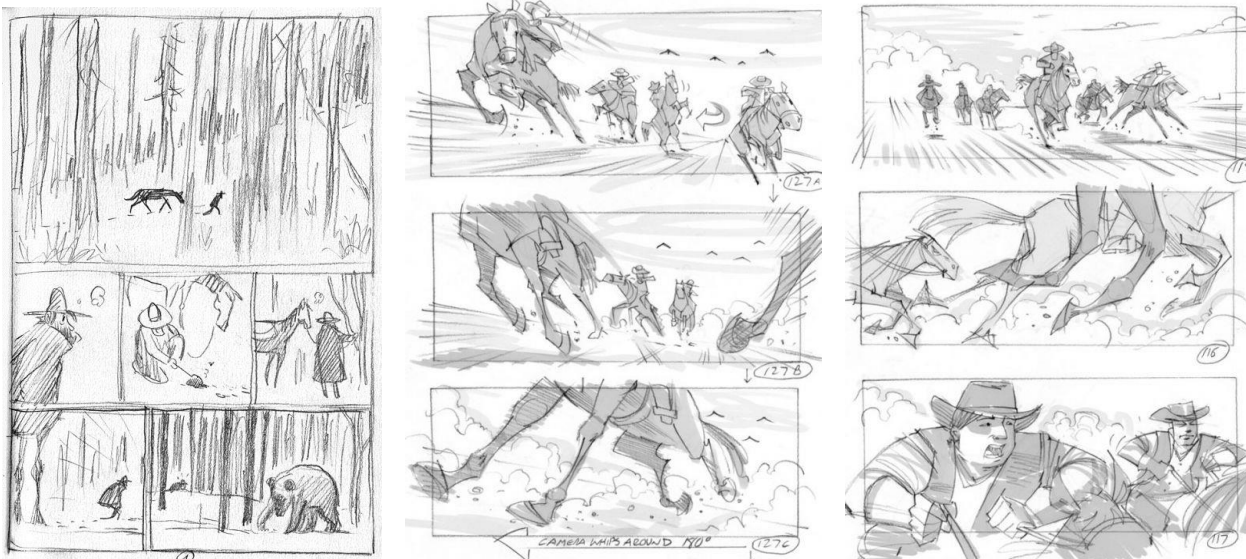


Рис.5 Раскадровки для комиксов

Тема 2.3. Статика и динамика комикса

Практическое задание 3.

Задание 1 Разработка пластики и движений персонажей

Цель: сформировать навыки в рисовании пластики движений персонажей комиксов.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

Выполнение задания: Рисование пластики и движений персонажей комикса.

Все персонажи комикса живут в предложенных обстоятельствах сюжета, участвуя в его занимательности и развитии. Сюжет комикса специально адаптирован для изобразительной выразительности, поэтому все движения персонажей должны быть выразительными и даже в некоторой степени гротескными (преувеличенными).

1. Линия действия — ключевой элемент, добавляющий динамику в позы вашего персонажа, это невидимые (воображаемые или подсознательные) линии, подразумевающие действие, динамику и направление движения.

2. Хорошая линия действия важна в любом рисунке. Она помогает организовать то, что вы пытаетесь сказать. Любой рисунок должен говорить только об одной конкретной мысли, чисто и понятно. Попытки рисовать персонаж выполняющего два или более действий одновременно, трудно и обычно ведет к путанице.

3. Чтобы поддерживать линию действия, придерживайтесь простого принципа: жест вашего персонажа должен быть основан на прямой, кривой, или «S» кривой линиях. Эти три типа линий имеют направление и силу. Все остальные, например, зигзаги или более сложные серии кривых, теряют способность передавать действие и направление.



Эти линии содержат направление

Здесь нет направления

Рис.6 Линии движений персонажей



Рис.7 Линии движений персонажей

Тема 2.4. Композиция «окон» комиксов

Практическое задание 4.

Задание 1 Разработка композиций «окон» комикса: динамические и статические сетки (окна), гиперболизации точек зрения (ракурсы, высокие и низкие горизонты) доминанта композиции.

Цель: сформировать навыки в композиционном видении и практической разработке «окон» комиксов.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

Выполнение задания: Разработать композиции «окон» комикса: динамические и статические сетки (окна), гиперболизации точек зрения (ракурсы, высокие и низкие горизонты) доминанта композиции.

Объяснение задания и плана его выполнения

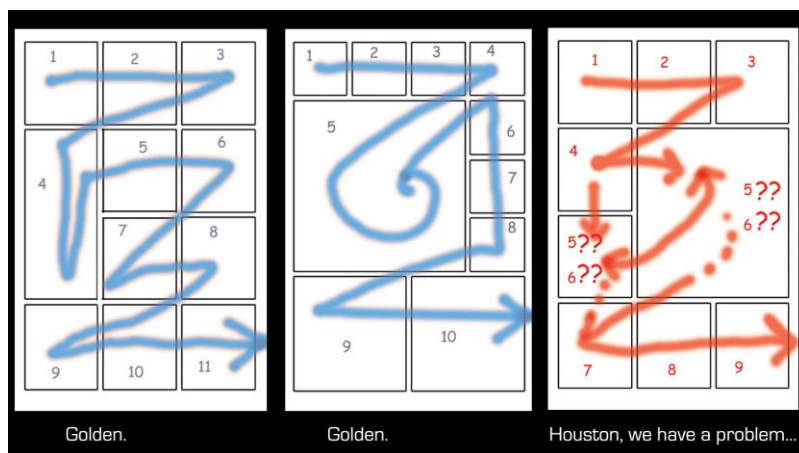
Композиции «окон» комиксов имеют свои специальные позиции, при этом общие правила и система классических художественных средств выразительности сохраняются

1. Комикс должен начинаться и заканчиваться отдельной полосой (не разворотом).
2. Первая полоса комикса должна содержать крупный кадр с общим планом, насыщенным деталями, располагающими к рассматриванию, который показывает читателю, где и когда происходит действие.
3. Последняя полоса комикса должна содержать крупный кадр с общим планом, насыщенным деталями, располагающими к рассматриванию. Читатель только что стал свидетелем кульминации и развязки захватывающей истории, ему нужно перевести дух и ощутить послевкусие истории, прежде чем он захлопнет книгу.
4. Композиция комикса всегда строится разворотами (кроме первой и последней полосы).
5. Действие на развороте составляет собой законченный эпизод, как абзац в литературном тексте. Кадр - предложение (законченная мысль), разворот - абзац.
6. Действие на развороте разворачивается из верхнего левого угла в нижний правый угол. Соответственно, сцены (включающие от одного до нескольких кадров) на каждом развороте по важности распределяются так: 1) верхний левый угол; 2) верхний правый угол; 3) нижний правый угол; 4) нижний левый угол. Все основные действия, совершаемые главными персонажами, все основные слова, которые они говорят, располагаются на этой оси. В нижнем левом углу располагаются вспомогательные сцены, расшифровка места и времени действия при помощи деталей обстановки и реплик дополнительных персонажей.
7. Каждый разворот заканчивается кадром, побуждающим читателя перевернуть страницу, чтобы узнать, что произойдет дальше. Т.е. в последнем кадре каждого разворота содержится незаконченное действие, результат которого читатель видит только на следующей странице. Это «подвешенный» вопрос, ответ на который читатель получает, только перевернув страницу. Такой кадр называется «крюк».
8. Действие в каждом кадре развивается так же, как и на всем развороте - в целом слева направо. Движение в кадре справа налево означает остановку развития истории, препятствие, которое должен преодолеть герой, и т.п. Каждое движение в кадре справа налево - исключение, причины которого автор должен четко себе формулировать.

9. Персонаж, расположенный у края кадра, ближнего к краю полосы, должен быть развернут в сторону центра полосы. Исключение: если только действие нарочно не выводится за край кадра - персонаж «уходит». Учитывая п.6,7 - главный герой всегда должен находиться слева по кадру лицом направо.

10. В комиксе действует то же правило чередования крупных планов, что и в кино. В ряду последовательных кадров крупности должны чередоваться. Планы бывают: деталь/макроплан (в кадре умещаются объекты размером с небольшую часть человеческого тела: пальцы, губы, глаз/а), крупный план (в кадре уместается голова человека или чуть больше - по грудь), средний план (от грудного плана до коленного), общий план (человек в рост и общее), самый общий план («люди-муравьи»). Самое распространенное исключение из этого правила - «восьмерка», прием показа диалога, когда поочередно показываются одинаковой крупностью оба говорящих, снятых под определенным углом. Несколько кадров подряд, содержащих персонажей, изображенных в одной крупности, утомляют читателя. Избыток «говорящих голов» и т.п.

11. Поскольку действие на развороте развивается из верхнего левого угла в нижний правый, горизонтальные кадры вызывают ощущение замедления действия, а вертикальные - вызывают ощущение убыстрения действия. Поэтому в вертикальных кадрах лучше располагать сцены с убыстренным действием, а в горизонтальных - с продолженным действием и панорамами.



12. Также вертикальные кадры используются для передачи ощущения высоты и падения, а горизонтальные - ощущения протяженного пространства.

13. Время в комиксе передается при помощи пространства листа бумаги, на котором он напечатан. Следовательно, действие, вмещенное в кадр большего размера, занимает больше времени, чем действие, вмещенное в маленький кадр. В самых больших кадрах может происходить одновременно несколько действий, растянутых по времени. В самых маленьких кадрах показывается часть одного короткого действия.

14. Количество «этажей» на полосе в сбалансированной истории должно равняться трем, максимум четырем. Однако их числом можно варьировать в зависимости от потребностей сюжета. Увеличение количества этажей увеличивает количество кадров, что приводит к уплотнению действия. Также максимизацию количества кадров можно использовать для подчеркивания скученности, стесненности, ограниченности пространства: каждому персонажу и каждому совершаемому действию отводится на полосе самое малое место. Напротив, сокращение количества этажей и, соответственно, кадров, приводит к растягиванию действия, увеличению значительности и масштабности происходящего, как в пространственном отношении, так и в смысле значения действия, происходящего на данной конкретной полосе, для развития всего сюжета. Поэтому под ключевые сцены следует выделять на полосе больше места, уменьшая количество этажей и, соответственно, кадров – увеличивая размер каждого из них.

15. Комикс – визуальное искусство, поэтому на него распространяются те же законы, что и на живопись, графику и т.п. Полоса/разворот комикса, так же, как картина, должна иметь композиционный центр. Каждая полоса должна содержать минимум один кадр с общим планом, который показывает читателю, где и когда происходит действие. Он не обязательно должен быть настолько же крупным, как общие планы на первой и последней полосах комикса, но желательно делать его крупнее. Остальные кадры на полосе иллюстрируют происходящее в том пространстве, что изображено на этом кадре с общим планом. Таким образом, разворот должен содержать как минимум два кадра с общими планами. Располагая их один ближе к началу, а другой ближе к концу разворота, мы показываем читателю, как действие, изображенное на развороте, повлияло на окружающее пространство.

16. Кадры на развороте должны быть разного размера. Несколько кадров одинакового размера подряд утомляют читателя и мешают восприятию: возникающая монотонность запутывает взгляд, читателю становится труднее понять их последовательность.

17. Также помогает восприятию разнесение по горизонтали пробелов. Сквозной вертикальный пробел заставляет взгляд скользить вниз по полосе, не задерживаясь на изображении. Сквозной горизонтальный пробел, наоборот, способствует правильному восприятию комикса.

18. Кадр без рамок (границ, стенок) передает «вневременность» происходящего. Таким образом, передается «замороженность» или символичность действия, в последнем случае изображаемое действие становится символом чего-то большего, иллюстрацией некой абстрактной идеи.

19. В больших кадрах задний план должен быть детализирован, т.е. на нем должно быть изображено все то, что в реальной жизни там было бы видно. В маленьких кадрах, передающих быстрое действие, фон не нужен вообще, он лишь мешает восприятию. Также фон не нужен в кадрах с «говорящими головами», где главным является прямая речь и ее источник – говорящая голова.

20. Для передачи глубины кадра в случаях, когда это необходимо, фон отделяется от переднего плана несколькими основными способами, которые можно совмещать.

1) Объекты на переднем плане имеют внешнюю обводку более толстыми линиями, чем объекты на заднем плане.

2) Объекты на переднем плане передаются с большей степенью детализации, чем объекты на заднем плане.

3) На объекты переднего плана наносятся более плотные и резкие тени, чем на объекты заднего плана.

4) Объекты переднего плана передаются с нормальной детализацией, объекты заднего плана передаются массой сплошной тени (например, герои на переднем плане повернуты к нам лицом и не видят, как кто-то подкрадывается к ним сзади).

5) Объекты заднего плана передаются с нормальной детализацией, объекты переднего плана передаются массой сплошной тени (эффект «подглядывания из кустов»).

21. Одним из основных преимуществ комикса перед прочими видами искусства является его способность изображать действие одновременно с разных точек зрения. В неотрывной связи с этой способностью существует специфическая проблема композиции комикса, а именно: корректное сочленение между собой вертикальных и горизонтальных кадров.

22. Мелочи по композиции кадра:

1) Пустое пространство ПЕРЕД движущимся объектом/персонажем.

2) Обрезание головы на средних/крупных планах.

3) «Сажание на горизонт»

4) «Восьмерка».

23. Важное место в комиксе занимает текст.

1) Композиция каждого кадра комикса, который предполагает содержать текст, должна заранее планироваться под него. Примерная пропорция: в кадре с текстом под баллон отводится половина пространства. ПРИМЕР. Если в кадре дается только короткая реплика,

под нее выделяется место, соразмерное месту для других персонажей. Т.е. баллон=персонаж.
2) Шрифт, В ИДЕАЛЕ, должен быть рукописный, так как рука рисовальщика гармонизирует рисунок и текст. Но если нет – пользуйтесь специальными комиковыми шрифтами (их теперь 40 штук).

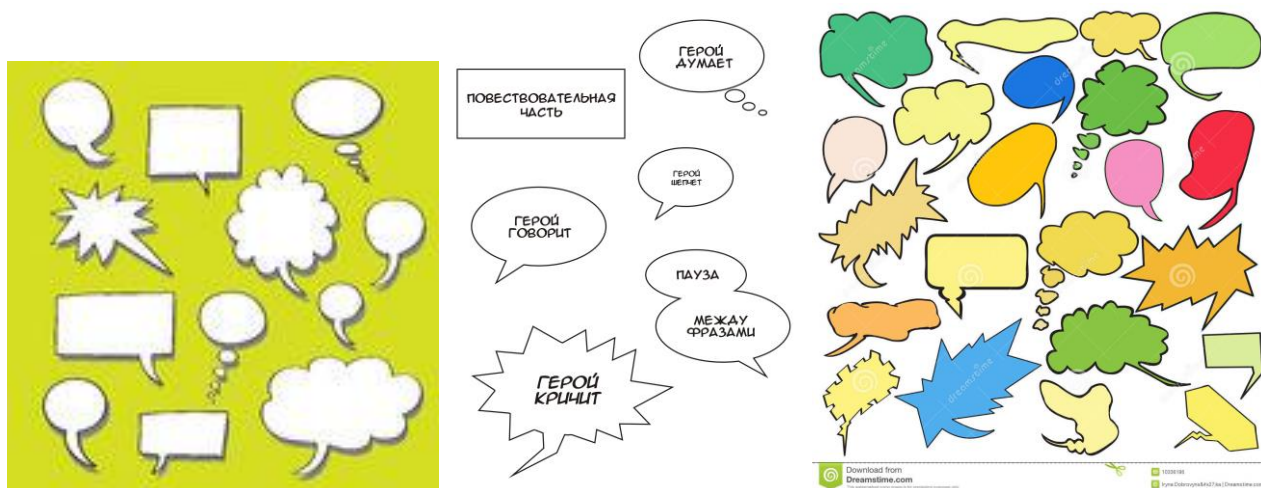
3) В комиксе текст набирается ВСЕГДА в верхнем регистре.

4) Громкий крик передается кеглем, крупнее того, что используется для стандартной речи, плюс шрифт делается жирнее. Возможно даже использование другого шрифта, типа для звуковых эффектов, поскольку отчаянный крик – это уже почти звуковой эффект. Напротив, слова, сказанные шепотом или «в сторону», второстепенными персонажами на заднем плане, можно передавать уменьшенным кеглем.

5) В текстовом баллоне между самим текстом и границами баллона должны оставаться поля.

6) Сами баллоны для стандартного текста могут быть любой формы. Баллоны должны соответствовать стилю рисунка и стилю истории. Баллоны могут быть круглые, овальные, прямоугольные, прямоугольные с закругленными краями и т.п. В прямоугольные баллоны вмещается максимальное количество текста.

7) Мыслительный баллон, баллон шепота, «механический баллон», баллон крика, баллон ледяной злобы, баллон огненной угрозы, баллон усталости, «трусливый» баллон – имеют разный рисунок-конфигурацию



8) В случае авторского «закадрового» текста, текст и картинка отстраняются друг от друга. Поэтому авторский текст желательно сводить к минимуму. При обилии авторского текста комикс превращается в иллюстрацию с пояснениями. Самое лучшее место для авторского текста в комиксе – его начало и конец.

Тема 2.5. Композиция обложки для журнала комиксов

Практическое задание 5.

Задание 1 Разработка обложки для журнала комиксов (две страницы – передняя и задняя крышки). Сборка журнала. Разработка обложки для журнала комиксов (две страницы – передняя и задняя крышки). Сборка журнала.

Цель: сформировать навыки в композиционном видении и практической разработке обложки комиксов-журналов.

ХОД ЗАНЯТИЯ:

Выполнение задания: Разработать обложку для журнала комиксов (две страницы – передняя и задняя крышки). Сборка журнала.

Объяснение задания и плана его выполнения

Обложка для журнала комикса (одна история) — передаёт основной смысл комикса. Помимо рисунка на обложке могут находиться: название, эмблема фирмы, цена, реклама, дата, подписи художников. Обложка может находиться на двух листах, правая сторона обложки «лицевая», левая «тыльная».

Обложка как для книги, так и для комикс-журнала носит характер особенной визуальной

привлекательности и часто рекламной интриги в своем ярком гротеске:

1. Обложка, если в ней есть иллюстративный ход, обычно не поясняет конкретный фрагмент сюжета комикса, изображение на обложке представляет общий визуальный характер всего текста(сценария) комикса
2. Ключевая иллюстрация обложки должна соответствовать выбранному акцидентному шрифту (и наоборот), т.е. шрифт (написание названия комикса и автора (ов) комикса) вместе с иллюстрацией организуют единую гармоничную композицию.
3. Композиция шрифтов визуально планируется одновременно с иллюстративной части, так как если этого не сделать дальнейшее «вписывание» шрифтов окажется затруднительным мероприятием.
4. В композиции верхней переплетной крышки необходимо ясно представлять, что будет главным, а что второстепенным – изображение или шрифтовой блок названия. Сама композиция должна выражать визуальную статику или движение.
5. В цветовом строе для обложки комикс-журнала часто используются контрастные сочетания цвета и тона, а также резкие светотеневые сочетания (например, черного и белого или черного и красного и т.п.)
6. Если в контексте иллюстраций комикса активно используется гротескные ракурсы, то вполне логичным будет использовать этот ход и обложке.
7. Верхняя и задняя крышки обложки представляют собой единую композицию: или распашную, или просто двухполосную.
8. Обложка комикса активно играет роль рекламы, поэтому и выполняет функцию привлечения внимания зрителя-читателя.



2.2. Задания для промежуточного контроля

Задание для промежуточного контроля включает в себя создание презентации, состоящей из всех заданий, выполненных за семестр в виде специально составленной экспозиции (просмотра) и ее публичную демонстрацию и презентацию.

План финальной презентации-экспозиции:

1. Сформулировать тему авторского проекта (например, «Разработка комикса и персонажей к нему по мотивам стихотворения «Дом, который построил Джек»)
2. Цели и задачи проекта
3. Концепция проекта – это идея проекта, сформулированная как ряд базовых (визуальных) позиций-задач, на которых выстраивается вся последующая работа дизайнера (например, «Узнаваемость сюжета, и всех персонажей при авторской интерпретации и трактовки

фабулы»; линейный рисунок, внутреннее поле которого читается как плоскость, хорошая считываемость силуэта и т.д.)

4. Этапы работы над проектом:

- Подготовка к презентации доклада «Разработка комикса и персонажей к нему по мотивам стихотворения «Дом, который построил Джек»: изучения исторических, стилевых аспектов становления «жанра» комикса, функциональной и визуальных характеристик комикс-истории. Виды комиксов. Комикс в графике
- Создание методической системы (последовательности) создания комикса.
- Разработка сценария на основе литературного произведения «Дом, который построил Джек». Схема сюжета: завязка – развитие действия – кульминация – развязка. Составление диалогов.
- Разработка образов персонажей: однозначность внешних характеристик персонажей (злодей, хитрец, романтик и т.д.).
- Создание сюжетной раскладки всех страниц комикс-журнала (4 разворота и двухстраничная обложка).
- Разработка пластики и движений персонажей. Карандашные эскизы. Детали, пейзажи и интерьеры.
- Разработка композиций «окон» комиксов: динамические и статические сетки (окна), гиперболизации точек зрения (ракурсы, высокие и низкие горизонты) доминанта композиции.
- Разработка обложки комиксов для журнала (две страницы – передняя и задняя крышки). Сборка журнала.

3. Критерии оценивания

Критерии оценивания творческого, практического заданий

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	все этапы задания выполнены в полном объеме, на высоком эстетическом, профессиональном уровне в соответствии с требованиями.
«хорошо»	все задания выполнены в полном объеме, но имеются некоторые незначительные недостатки (недоработки).
«удовлетворительно»	задание выполнены не в полном объеме (менее 50%) или качество не соответствует требованиям задания
«неудовлетворительно»	задания выполнены частично (менее 60%) или задание не выполнено

Критерии оценивания экспозиции с презентацией

Оценка	Правильность (ошибочность) выполнения задания
«отлично»	тема раскрыта в полном объеме, пояснения грамотные, экспозиция с презентацией соответствует всем требованиям;
«хорошо»	незначительные недочеты в оформлении экспозиция с презентацией.
«удовлетворительно»	тема раскрыта, но есть существенные замечания по экспозиции с презентацией (например, количество и качество рисунков не отвечает требованиям задания)
«неудовлетворительно»	тема не раскрыта, экспозиция с презентацией не соответствует требованиям

Критерии оценивания промежуточного контроля

Общая оценка формируется из оценок за экспозицию с презентацией, творческих задания

Оценка «отлично»:

1. Глубокое и прочное усвоение теоретического и практического программного материала.
2. Владение профессиональной терминологией в контексте ее практического применения.
3. Финальная экспозиция составлена по всем обозначенным позициям.
4. Эстетика подачи финальной экспозиции с презентацией отвечает дизайн-концепции проекта.
5. Изложение по экспозиции грамотное, уверенное, самостоятельное
6. Выполнен полный объем творческого практического задания
7. Самостоятельная работа и практическое задание выполнены на оценку «отлично»

Оценка «хорошо»:

1. Хорошее усвоение теоретического, практического программного материала.
2. Владение профессиональной терминологией в контексте ее практического применения.
3. Финальная экспозиция составлена по всем обозначенным позициям, однако имеет частные недостатки.
4. Эстетика подачи финальной экспозиции отвечает дизайн-концепции проекта, однако имеет ряд незначительных замечаний.
5. Изложение по финальной экспозиции грамотное, уверенное, самостоятельное
6. Выполнен полный объем творческого практического задания, однако имеет ряд незначительных замечаний.
7. Самостоятельная работа и практическое задание выполнены на оценку «хорошо»

Оценка «удовлетворительно»:

1. Поверхностное усвоение теоретического и практического, программного материала.
2. Владение профессиональной терминологией в контексте ее практического применения носит удовлетворительный характер
3. Финальная экспозиция составлена с видимыми ошибками и имеет недостатки по всем обозначенным позициям,
4. Эстетика подачи финальной экспозиции отвечает дизайн-концепции проекта, однако имеет ряд значительных замечаний.
5. Изложение по финальной экспозиции имеет ряд недостатков, хотя и носит самостоятельный характер
6. Выполнено менее 50% всех творческого, практического задания, и имеет ряд замечаний.
7. Самостоятельная работа и практическое задание выполнены на оценку «удовлетворительно»

Оценка «неудовлетворительно»:

1. Отсутствие знаний по значительной части теоретического и практического программного материала.
2. Профессиональная терминология не используется в контексте ее практического применения, носит ошибочный характер
3. Финальная экспозиция выполнена небрежно, с грубыми ошибками и имеет недостатки по всем обозначенным позициям или не выполнена совсем
4. Практические задания выполнены частично (менее 60%) или не выполнены вообще.
5. Самостоятельная работа и практическое задание с грубыми ошибками на оценку «неудовлетворительно»